



รายงานวิจัย

เรื่อง

ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน
ของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

The Innovation Leadership that Affect to the Competitiveness
of Startup Business in Nonthaburi Province

โดย

เพียงเดือน เกิดอำแพง

การวิจัยครั้งนี้ได้รับเงินทุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ปีการศึกษา 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ชื่องานวิจัย: ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ
สตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

ชื่อผู้วิจัย: เพียงเดือน เกิดอำแพง

ปีที่ทำการวิจัยแล้วเสร็จ: 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพ และ 2) สร้างแนวทางการพัฒนาการภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออก 2 กลุ่ม กลุ่มที่หนึ่ง ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี จำนวน 250 คน และกลุ่มที่สอง กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 กลุ่ม จำนวน 15 คน โดยใช้เครื่องมือวิจัย 2 แบบ ประกอบด้วย แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์โดยใช้แบบประเมิน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างเชิงเส้นภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี พบว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ค่อนข้างดี พิจารณาจาก (1) ค่า Chi-square Probability Level: CMIN-p เท่ากับ 69.249 (2) Relative Chi-square: CMIN/df เท่ากับ 1.332 (3) Goodness of Fit Index: GFI เท่ากับ .969 และ (4) Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA เท่ากับ .036 พบว่า ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม ด้านการตลาด ด้านคุณภาพ โดยมีค่าผลรวมอิทธิพลในทิศเดียวกัน2) ผลสร้างแนวทางการพัฒนาการภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี มี 4 แนวทาง คือ แนวทางที่ 1 สำหรับปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม แนวทางที่ 2 สำหรับปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม แนวทางที่ 3 สำหรับปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม และแนวทางที่ 4 สำหรับปัจจัยความมีจริยธรรม

คำสำคัญ: การพัฒนา ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ความสามารถในการแข่งขัน ธุรกิจสตาร์ทอัพ

Research Title: The Innovation Leadership that Affect to the Competitiveness of Startup Business in Nonthaburi Province

Researcher: Piangduan Kerdumpang

Year: 2022

Abstract

Research on The Innovation Leadership that Affect to the Competitiveness of Startup Business in Nonthaburi Province. Startups Research and development mode, research objectives are as follows: 1) to study innovative leadership that affects the competitiveness of startups and 2) to create guidelines for developing innovative leadership that affects business competitiveness. Startups in Nonthaburi Province. The population in this study was divided into two groups. 250 startup business entrepreneurs in Nonthaburi province and the second group. There were 3 groups of 15 experts using 2 research tools consisting of a questionnaire and an interview using an assessment form. The data were analyzed using statistical techniques to analyze the structural equation model, percentage, mean, and standard deviation. and content analysis.

The research results were as follows: 1) The analysis of the linear structural equation model of innovative leadership affecting the competitiveness of startup businesses in Nonthaburi province. It was found that the model was quite consistent with the empirical data, considering (1) Chi-square Probability Level: CMIN-p equal to 69.249 (2) Relative Chi-square: CMIN/df equal to 1.332 (3) Goodness of Fit Index.: GFI equal to .969 and (4) Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA equal to .036. There are observational variables. Factors in creating a vision of change Vision propagation factor Vision Compliance Factors The role model factor Causal direct influence on competitiveness factor There are observational variables. Innovation differentiator factor Marketing Differentiation Factors Quality Differentiation Factors with the sum of the influence values in the same direction 2) The results of creating innovative leadership development guidelines that affect the competitiveness of

startups in Nonthaburi province are 4 approaches, namely, approach 1 for innovative leadership factor, approach 2 for atmosphere factor. innovative organization, Approach 3 for teamwork and participation factors, and Approach 4 for ethics factors.

Keywords: development, innovation leadership, competitiveness, startup business

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี โดยได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ในการให้ทุนอุดหนุนการทำวิจัย จึงขอขอบคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัยเป็นอย่างยิ่ง ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ปรึกษางานวิจัย อาจารย์กิตติยานภลัย ภูตระกูล ที่ให้คำแนะนำในการวางแผนทางการวิจัย รวมทั้งคอยให้คำปรึกษาในระหว่างการดำเนินการวิจัย และอีกหลายท่านที่ผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวนามได้หมด ขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลหลักทุกท่านที่กรุณาให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัยในครั้งนี้เป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาทุนมนุษย์ของอาจารย์ อันจะเป็นประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัยเอกชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร และสถาบันการศึกษาอื่น ๆ ต่อไป

เพียงเดือน เกิดอำแพง

เมษายน 2566

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย	7
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	7
1.4 ขอบเขตการวิจัย	7
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	8
1.6 ประโยชน์ของงานวิจัย.....	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้นำและผู้นำเชิงนวัตกรรม	11
2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน	41
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพ	46
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	56
2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	61
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	65
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	65
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	67
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	71
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	72
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	72

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	79
ตอนที่ 1 ผลการศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี	81
ตอนที่ 2 ผลการสร้างแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความ สามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี	132
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	140
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	141
5.2 อภิปรายผล	149
5.3 ข้อเสนอแนะ	154
5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้	154
5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	157
บรรณานุกรม.....	158
ภาคผนวก	172
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ.....	173
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม.....	177
ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์การสนทนากลุ่ม	190
ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์ความตรงตามเนื้อหา	212
ประวัติผู้วิจัย	259

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 จำนวนการจ้างงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปี พ.ศ.2561	2
2.1 สรุปหลักการและทฤษฎีภาวะผู้นำ	18
2.2 สรุปคุณลักษณะและสังเคราะห์องค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม.....	25
2.3 ความแตกต่างระหว่างธุรกิจเอสเอ็มอีและธุรกิจสตาร์ทอัพ	49
3.1 การตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลอง (Model).....	77
4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	81
4.2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	81
4.3 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	82
4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน.....	83
4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน จำแนกปัจจัยด้าน การสร้าง ความแตกต่างด้านนวัตกรรม	83
4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน จำแนกปัจจัยด้าน การสร้าง ความแตกต่างด้านการตลาด.....	84
4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน จำแนกปัจจัยด้าน การสร้าง ความแตกต่างด้านคุณภาพ.....	85
4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน จำแนกปัจจัยด้าน ต้นทุนที่ต่ำ.....	86
4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม	87
4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม จำแนกปัจจัยด้านการ สร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง.....	87
4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม จำแนกปัจจัยด้านการ เผยแพร่วิสัยทัศน์.....	88
4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม จำแนกปัจจัยด้านการ ปฏิบัติตามวิสัยทัศน์.....	89
4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม จำแนกปัจจัยด้านการ เป็นแบบอย่างที่ดี	90
4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความคิดสร้างสรรค์.....	91

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความคิดสร้างสรรค์ จำแนกปัจจัยด้านจินตนาการ.....	91
4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความคิดสร้างสรรค์ จำแนกปัจจัยด้านความยืดหยุ่น.....	92
4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม.....	93
4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม จำแนกปัจจัยด้านบทบาทของสมาชิก	93
4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม จำแนกปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม	94
4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม จำแนกปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน.....	95
4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม จำแนกปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์.....	96
4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความมีจริยธรรม	97
4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความมีจริยธรรม จำแนกปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม	97
4.24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความมีจริยธรรม จำแนกปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม.....	98
4.25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความมีจริยธรรม จำแนกปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม	99
4.26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม	100
4.27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม จำแนกปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์	101
4.28 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม จำแนกปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้	102
4.29 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม จำแนกปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ	103

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.30 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม จำแนกปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้.....	104
4.31 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของตัวแปรปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน.....	108
4.32 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม.....	109
4.33 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยความคิดสร้างสรรค์.....	111
4.34 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม.....	112
4.35 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยความมีจริยธรรม..	113
4.36 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม.....	115
4.37 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการวิจัย.....	118
4.38 ผลการประมาณค่า Standardized Regression Weights.....	120
4.39 ผลการประมาณค่า Standardized Regression Weights หลังการปรับโมเดล.....	122
4.40 เกณฑ์และผลการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบทางทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์....	127
4.41 ผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และผลรวมอิทธิพลระหว่างตัวแปร.....	128

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 องค์ประกอบของการมีวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง	33
2.2 องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์.....	34
2.3 องค์ประกอบของการทำงานเป็นทีมและมีส่วนร่วม	36
2.4 องค์ประกอบของควมมีจริยธรรม.....	38
2.5 องค์ประกอบของบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม	40
2.6 องค์ประกอบของผู้นำเชิงนวัตกรรม	40
2.7 องค์ประกอบของความสามารถในการแข่งขัน.....	45
2.8 ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน.....	45
2.9 กรอบแนวคิดภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพ ในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี.....	62
4.1 องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของตัวแปรปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน. 108	
4.2 องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม	110
4.3 องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยความคิดสร้างสรรค์	111
4.4 องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมี ส่วนร่วม.....	112
4.5 องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยควมมีจริยธรรม.....	114
4.6 องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม... 115	
4.7 รูปแบบโมเดลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ (path analysis) ของตัวแปรที่ศึกษา....	117
4.8 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดลหรือผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ต่าง ๆ	119
4.9 โมเดลรูปแบบเส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ผ่านการปรับโมเดล.....	123
4.10 โมเดลแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของ ธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี.....	132

สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพผนวกที่	หน้า
1.1 โมเดลรูปแบบเส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ผ่านการปรับโมเดล.....	195
1.2 ร่างแนวทางการพัฒนาการลงทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี.....	208

บทที่ 1

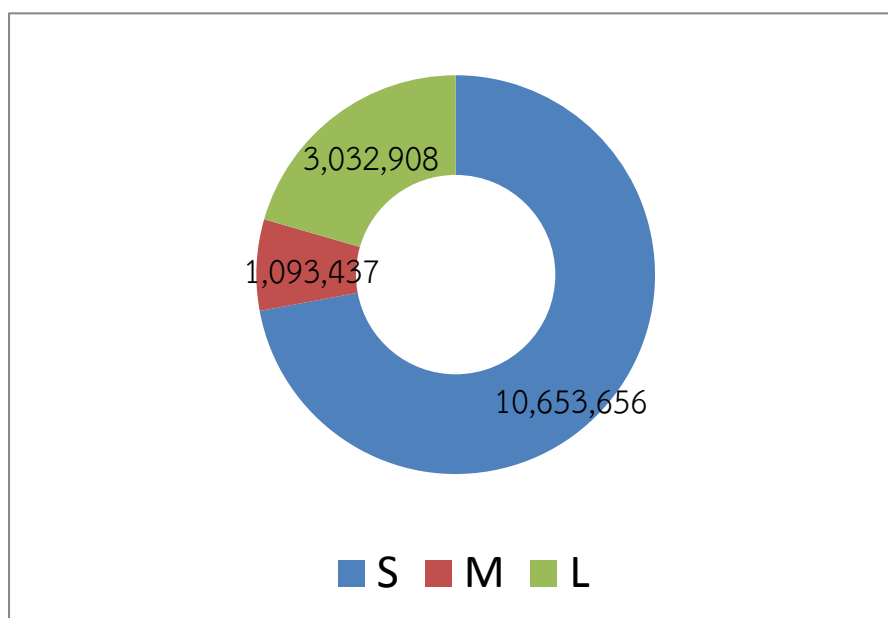
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หากย้อนไปเมื่อประมาณ 20 ปีที่แล้ว ผู้ที่ต้องการเริ่มต้นประกอบธุรกิจอย่างใดอย่างหนึ่ง ทุกคนจะมองไปที่การประกอบธุรกิจแบบ SME (Small Medium Enterprises) หรือที่สมัยนี้มักเรียกว่า “SMB” (Small Medium Businesses) คือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีความหมายรวมถึงอุตสาหกรรมการผลิต (Manufacturing) กิจการค้าส่งและค้าปลีก (Whole sale and Retail) และกิจการบริการ (Service) ที่มักจะมีเป้าการดำเนินการธุรกิจให้มีรายได้เติบโตอยู่ที่ประมาณปีละ 30%-50% หรือหากเป็นช่วงเริ่มต้นใหม่ ๆ ก็อาจอยู่ที่ปีละ 100%-200% โดยการประกอบธุรกิจแบบ SME นั้นมีมากกว่า 90% ของจำนวนทั้งหมดในประเทศ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจ SMEs ในประเทศไทยก็ยังมีปัญหาหลายประการ เช่น ด้านการตลาด ด้านแรงงาน ด้านเทคโนโลยีการผลิต ด้านขาดแหล่งเงินทุน ด้านขีดจำกัดด้านการบริหารและจัดการ ด้านการส่งเสริมของรัฐและเอกชน ด้านการให้บริการของรัฐ และการรับรู้ข่าวสาร จึงเกิดความลดน้อยถอยลงของการประกอบธุรกิจแบบ SME (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2559, บทนำ) ซึ่งเป็นที่ทราบโดยทั่วกันว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและการฟื้นฟูเศรษฐกิจที่กำลังอยู่ในสภาวะชะงักงัน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้ง การผลิต การค้า และการบริการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในปี 2559 มีมูลค่าเท่ากับ 14,366,557 ล้านบาท มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.2 จากปี 2558 เป็นมูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 6,061,143 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42.2 ของ GDP รวมทั้งประเทศ โดยแบ่งเป็นมูลค่าของวิสาหกิจขนาดย่อม (SEs) 4,267,810 ล้านบาท และของวิสาหกิจขนาดกลาง (MEs) 1,793,333 ล้านบาท (รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2562, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2562) ในขณะที่จำนวนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ณ วันที่ 11 กรกฎาคม 2562 อยู่ที่ 3,004,679 ราย เทียบกับปีก่อนที่มีจำนวน 2,765,966 ราย เพิ่มขึ้น 238,713 ราย หรือเพิ่มขึ้น 8.63% โดยภาคบริการเพิ่มขึ้นมากที่สุด 135,153 ราย ตามมาด้วยภาคการค้า 80,984 ราย ภาคผลิต 16,517 ราย และ ภาคธุรกิจการเกษตร 6,023 ราย (ผลการสำรวจสัมมนาธุรกิจการค้าและอุตสาหกรรม ปี 2560, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2562)

ซึ่งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมก่อให้เกิดการจ้างงาน 11,747,093 ราย เทียบกับปีก่อนมีทั้งสิ้น 10,751,965 ราย เพิ่มขึ้น 995,128 ราย หรือเพิ่มขึ้น 9.30% โดยเพิ่มขึ้นจากภาคบริการ 552,532 ราย ภาคการค้า 325,907 ราย ภาคการผลิต 113,722 ราย และภาคธุรกิจการเกษตร 2,967 ราย (ผลการสำรวจสำมะโนธุรกิจการค้าและอุตสาหกรรม ปี 2562, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2562)

ตารางที่ 1.1 จำนวนการจ้างงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปี พ.ศ.2561



ที่มา: สถิติ SMEs, โดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2561) ค้นเมื่อ 15 กันยายน 2563, จาก <http://119.63.93.73/sme2015/Report/Summary>

ในปัจจุบันโลกธุรกิจทั่วโลกได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว มีการนำเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการประกอบธุรกิจหลากหลายรูปแบบมากขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกและความรวดเร็วในการดำเนินงาน ส่งผลให้ธุรกิจรูปแบบ SME ล้มตัวลงอย่างมากจากการปรับตัวไม่ทัน จึงเป็นจุดเริ่มต้นในการประกอบธุรกิจแบบ start-up ซึ่งก็คือธุรกิจที่ถูกออกแบบมาให้เติบโตอย่างรวดเร็วมาตั้งแต่แรก ตั้งแต่ทีมงาน โครงสร้างธุรกิจ ไปจนถึงวิธีการใช้เงิน การทำตลาด และต้องอาศัยเครื่องมือทางการเงินและการบริหารองค์กรที่แตกต่างจากธุรกิจ SME แบบที่เคยมีมา อย่างเช่น การวางโครงสร้างองค์กรและแผนการใช้เงินที่เน้นสร้างฐานเพื่อรองรับการทำกำไรอีกทีในอนาคต นี่จึงเป็นเหตุผลที่ก่อให้เกิดวงการณ์ลงทุนที่เข้ามาให้ทุนกับบริษัท start-up เพื่อหวังผลตอบแทนในอัตรา 50 - 100 เท่าของการลงทุน ตัวอย่าง บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส ที่มีโครงการ “AIS The

StartUp CONNECT” เพื่อเปิดโอกาสให้กับทุกคนสามารถเข้ามาร่วมเป็นส่วนหนึ่งใน AIS The StartUp ในการร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ วางแผนธุรกิจทางการตลาด และรับสิทธิพิเศษมากมายในฐานะ Partnership หรือ บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น ที่มีโครงการ “Dtac Accelerate” คือ ครอบครัวยุค start-up อันดับ 1 ของไทยที่ช่วยบ่มเพาะผู้ประกอบการตั้งแต่ระยะตั้งไข่ให้ก้าว ข้อมูลของสมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่ (พ.ศ.2562) รายงานว่าในช่วงปี พ.ศ. 2558 - 2561 ผู้ประกอบการ start-up ในประเทศไทยมีจำนวนไม่เกิน 100 ราย แต่ ณ ปัจจุบันขยับเพิ่มเป็น 600 กว่าราย และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 1,200 รายภายในปี 2561 ซึ่งถือว่าเป็นการเติบโตอย่างก้าวกระโดด แต่ว่าอัตราความล้มเหลวของธุรกิจแบบ start-up นั้น มีถึงร้อยละ 90 หมายถึง เมื่อมีการลงทุนใน start-up 10 ราย พบโอกาสล้มเหลวถึงจำนวน 9 ราย ส่วนที่รอดมีเพียงร้อยละ 5 และที่เหลืออีกร้อยละ 5 คือพวกที่อยู่ไปได้เรื่อย ๆ ไม่ตายและไม่โต หรือที่ เรียกว่า ซอมบี้ ซึ่งตัวเลขดังกล่าวเป็นตัวเลขที่ถูกพูดถึงกันอย่างกว้างขวางในระดับสากล แต่สำหรับ ประเทศไทยนักธุรกิจและนักลงทุนหลายคนกลับมองว่า start-up ไทย นั้นอาจมีโอกาสล้มเหลวสูงถึง ร้อยละ 95 ถึงแม้ว่า start-up บางรายสามารถไปจนถึงจุดที่สูงหรือที่เรียกว่า “สตาร์ทอัพนิคคอร์น” แต่ก็อาจดิ่งลงมาเป็นม้าธรรมาได้เหมือนกัน (รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2562, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2562)

สำหรับแนวทางการพัฒนาธุรกิจสตาร์ทอัพที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมแห่งชาติ (สวทน.) ร่วมกับสมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่ (2560) ได้สำรวจความคิดเห็นจากผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย จำนวน 200 ราย เกี่ยวกับการจ้างงานของธุรกิจสตาร์ทอัพ พบว่า การขาดแคลนทรัพยากรบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานธุรกิจสตาร์ทอัพ ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะสำคัญของบุคลากรในธุรกิจสตาร์ทอัพพบว่า บุคลากรในธุรกิจสตาร์ทอัพต้องมีคุณลักษณะสำคัญ คือ ต้องการทำตามความฝัน มีความคิดสร้างสรรค์กล้าคิด กล้าทำ กล้าเสี่ยง มีทักษะและขีดความสามารถในเทคโนโลยีขั้นสูง เพื่อสามารถขยายธุรกิจสู่ตลาดต่างประเทศ ด้วยเหตุนี้ ผู้บริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจสตาร์ทอัพ ในฐานะผู้ดูแลและบริหารคนในองค์กรจึงจำเป็นต้องผู้บริหารหรือผู้นำองค์กรที่มีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม เพื่อยกระดับการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพ มีความพร้อมที่จะรับมือต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

โดยแนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมเริ่มต้นพัฒนาตั้งแต่ทศวรรษที่ 1950 ที่เน้นในการวิจัย การสร้างสรรค์และพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อประโยชน์เชิงพาณิชย์ ซึ่งในปัจจุบันนวัตกรรมได้เข้ามาช่วยให้กระบวนการปรับเปลี่ยนวิธีการคิด เพื่อหาข้อสรุปหรือหาทางแก้ไขเชิงสร้างสรรค์ในองค์กร นวัตกรรมเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อ

เศรษฐกิจและสังคม การใช้ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และประสบการณ์ทางเทคโนโลยีมาพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือกระบวนการผลิต หรือบริการใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด จึงถือได้ว่านวัตกรรมเป็นเครื่องมือที่สำคัญของผู้ประกอบการ เพราะนวัตกรรมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โอกาสทางธุรกิจ และสร้างความสำเร็จให้แก่ธุรกิจ ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องมีความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมเพื่อการพัฒนาธุรกิจ (Pulley, Sessa & Malloy, 2002)

ในการสร้างนวัตกรรมในองค์กร ผู้นำถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่ง ทั้งนี้ เพราะผู้นำคือผู้ที่มีบทบาทที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะดำเนินการได้ในภาวะเช่นนี้ จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทุกระดับชั้น โดยเฉพาะผู้บริหารองค์กร ในฐานะที่เป็นผู้นำขององค์กร ดังที่ Brands & Jeff (2010) กล่าวถึงผลการสำรวจที่พบว่า ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรเป็นผู้ที่สามารถผลักดันให้เกิดนวัตกรรมในองค์กรมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับสำนักนวัตกรรมแห่งชาติ (2547) ที่ได้อธิบายถึงองค์ประกอบขององค์กรนวัตกรรมที่ยั่งยืนว่า จะต้องประกอบด้วยปัจจัยภายในที่สำคัญคือ การที่ผู้บริหารระดับสูงให้การสนับสนุนการทำงานนวัตกรรมอย่างจริงจัง การทำแผนที่เส้นทางการทำนวัตกรรม โดยใช้บุคลากรจากสำนักงานต่าง ๆ รวมถึงการสนับสนุนให้บุคลากรสร้างนวัตกรรม การที่จะสร้างให้เกิดนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์นั้น ต้องควบคู่กับภาวะผู้นำ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรเข้าใจวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กรไปในทิศทางเดียวกัน พร้อมทั้งให้อิสระทางความคิดกับพนักงาน เพื่อให้สร้างสิ่งใหม่ ๆ แก่องค์กร หากผู้นำองค์กรไม่มีความสามารถส่งผลกระทบต่อผู้ได้บังคับบัญชา และส่งผลต่อการดำเนินการขององค์กรในที่สุด แต่ในขณะเดียวกันองค์กรที่มีผู้บริหารที่มีความสามารถจะสร้างผลกระทบทางบวกต่อผู้ได้บังคับบัญชา และทำให้องค์กรกลายเป็นองค์กรที่มีประสิทธิผล ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานได้ (Anika, Astrid, Diana, Sven and Daniela, 2015; Williams, 2005; Kantabutra and Avery, 2010) สอดคล้องกับแนวคิดของ

สุทธิชัย ปัญญาโรจน์ (2555: 27-28) ที่กล่าวว่า การทำงานของนักบริหารมักมีความสัมพันธ์ และมีความเกี่ยวข้องกับคน ทั้งคนในองค์กรและนอกองค์กร นักบริหารมืออาชีพหรือนักบริหารที่เก่ง มักจะต้องมีการสร้างคนเพื่อเข้ามาช่วยทำงาน ฉะนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดต้องมีความรู้ ความเข้าใจเรื่องมนุษยสัมพันธ์ (human relation) และมีทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์เป็นอย่างดี สามารถนำมาเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการโดยเฉพาะความสามารถในการสร้างบรรยากาศการบริหารที่ดีให้เกิดแรงจูงใจในบุคลากรทุกฝ่าย ผู้บริหารหรือผู้นำองค์กร ซึ่งเป็นผู้กำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) และเป้าหมาย (Goal) ให้กับองค์กรซึ่งการจัดการนวัตกรรมต้องอาศัยการจัดการนวัตกรรมในการขับเคลื่อนธุรกิจทั้งองค์กรโดยเฉพาะความรู้ทางด้านเทคโนโลยีที่สามารถพัฒนาผลิตสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด

ในการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะและบทบาทของผู้นำ (Role of Leadership) โดยทั่วไป เช่น แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้นำ (Trait Approach)

แนวคิดเชิงพฤติกรรม (Behavioral Approach) แนวคิดผู้นำตามสถานการณ์ (Situational Approach) แนวคิดผู้นำแบบเปลี่ยนแปลง (Transformation Approach) และภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transaction Approach) ซึ่งยังมีการศึกษาคุณลักษณะภาวะผู้นำที่เฉพาะเจาะจงไปในเรื่องความคิดเห็นของผู้ใต้บังคับบัญชาต่อภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership) ไม่มากนัก ประกอบกับแนวคิด ทฤษฎีภาวะผู้นำส่วนใหญ่เป็นแนวคิดที่มีเนื้อหาและโครงสร้างของทฤษฎีที่ศึกษาและสร้างขึ้นจากข้อมูลในบริบทของสังคมหรือองค์การของประเทศทางตะวันตกเป็นส่วนใหญ่ และยังเน้นให้ความสำคัญกับภาวะผู้นำในสภาพแวดล้อมทั่วไป ไม่ได้ชี้เฉพาะไปที่ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership) ของผู้ประกอบการในธุรกิจสตาร์ทอัพ

จังหวัดนนทบุรีถือเป็นจังหวัดที่มีการเปลี่ยนแปลงของเมืองอย่างรวดเร็วอันเป็นผลมาจากการขยายตัวของกรุงเทพมหานครและมีอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรสูง ประกอบกับความหนาแน่นและแออัดของกรุงเทพฯ จึงมีการย้ายที่ทำการของส่วนราชการระดับกระทรวงมาอยู่ เช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงยุติธรรม เป็นต้น ทำให้มีผู้เลือกเอาจังหวัดนนทบุรีเป็นที่พักอาศัยจำนวนมาก นอกจากนี้นนทบุรียังเป็นที่ตั้งของศูนย์แสดงสินค้าระดับชาติ คือ อิมแพคเมืองทองธานี และมีความพร้อมด้านโครงข่ายบริการขั้นพื้นฐาน (Infrastructure) และมีโครงข่ายการคมนาคมครบวงจรที่สามารถเชื่อมโยงปริมาณพลและภูมิภาคทำให้นนทบุรีเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยเพื่อรองรับการขยายตัวของกรุงเทพฯ จากสถิติของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในปี พ.ศ.2560 จังหวัดนนทบุรีมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) ณ ราคาประจำปี มีมูลค่ารวม 380,688 ล้านบาท สาขาที่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) สาขาการขนส่ง ขยายปลีก และการซ่อมแซมยานยนต์ฯ (ร้อยละ 18.25 ของ GPP) (2) สาขาอุตสาหกรรมการผลิต (ร้อยละ 15.44) (3) สาขาการให้บริการด้านชุมชน สังคมและบริการส่วนบุคคลอื่น ๆ (ร้อยละ 12.05) (4) สาขาบริการด้านอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่าและบริการทางธุรกิจ (ร้อยละ 9.81) และ (5) สาขาตัวกลางทางการเงิน (ร้อยละ 9.40) ตามลำดับ (สำนักงานสถิติจังหวัดนนทบุรี/สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562) และ ปี 2560 จังหวัดนนทบุรีมีภาคอุตสาหกรรมสะสมจำนวนทั้งสิ้น 2,018 ราย ประกอบด้วยขนาดใหญ่ 84 แห่ง ขนาดกลาง 276 แห่งและ เล็ก 1,658 แห่ง (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี, 2562) และมีมาตรการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน คະແນນ 39.22 เมื่อเทียบค่ากลางของประเทศอยู่ลำดับที่ 6 เนื่องจากการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจที่สำคัญของประชาชนยังไม่มีแหล่งที่สามารถรองรับการเจริญเติบโตได้อย่างเพียงพอและการส่งเสริมการสร้างงาน สร้างอาชีพแก่ประชาชนยังมีแรงงานบางส่วนที่ยังขาดการจ้างงาน เมื่อมีการส่งเสริมกลุ่มงานบางส่วนทำให้เกิดการเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจอย่างมากมายมีการก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์เกิดทุกแห่งแต่รายได้ของประชาชนในจังหวัดนนทบุรีกลับมีรายได้ที่ลดน้อยลงควรมีการส่งเสริมการพัฒนาประชาชน ด้วยภายใต้

“ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560– 2579)” ดังกล่าว คณะกรรมการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติได้กำหนดวิสัยทัศน์ว่า “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ในยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน กับประเด็นยุทธศาสตร์/ประเด็นการพัฒนา สำหรับแผนพัฒนาจังหวัดนนทบุรี พ.ศ.2561-2564 ด้านที่ 3 การพัฒนาและขยายตลาดสินค้าและบริการ การขยายตลาดต้องมีการคงลูกค้าเดิม หาลูกค้าใหม่ และขยายออกจากคู่แข่ง ซึ่งในการขยายตลาดต้องมีการสร้างและเชิญชวนให้ผู้บริโภคมาซื้อสินค้าและบริการให้มากขึ้น พร้อมทั้งสร้างเครือข่ายการผลิตสินค้าและบริการ อีกทั้งสร้างพื้นที่รองรับการกระจายตัวของสินค้าและบริการ สู่ท้องถิ่น ทำให้จังหวัดนนทบุรีส่งภาคอุตสาหกรรมขนาดเล็กหรือธุรกิจสตาร์ทอัพ เป็นอย่างมาก (สำนักงานจังหวัดนนทบุรี, 2563)

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Thailand Board of Investment: BOI) ได้จัดงบประมาณหนึ่งหมื่นล้านบาทให้กับกองทุนสตาร์ทอัพประเทศไทยในปีพ.ศ.2561 ในการร่วมเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อสร้างสังคมสตาร์ทอัพไทยให้แข็งแกร่งที่พร้อมที่จะขึ้นเป็นฮับในเอเชียอาคเนย์ได้ภายในปีพ.ศ.2563 ศูนย์สตาร์ทอัพประเทศไทย (Startup Thailand Center, 2561) อย่างไรก็ตามแม้ว่าผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในประเทศไทยจะได้รับการอุดหนุนส่งเสริมจากภาครัฐเพิ่มขึ้นแต่ในช่วงเวลาที่ผ่านมารายงานข้อมูลสถิติ Thailand Tech startup Report 2017 โดยสถาบัน Techsauce ประเทศไทยได้แสดงให้เห็นว่ามีสตาร์ทอัพเพียงไม่ถึง 400 รายเท่านั้นที่ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจอย่างแท้จริงกล่าวคือแม้ว่าประเทศไทยจะมีกลุ่มสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จอยู่บ้าง แต่เมื่อเทียบสัดส่วนการอยู่รอดขององค์กรสตาร์ทอัพกลับพบว่ามีปริมาณอยู่ค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับเงินสนับสนุนที่ภาครัฐทุ่มให้กับกลุ่มธุรกิจดังกล่าว (Techsauce, 2017) จากรายงานสถิติโดย Gavett (2017) ได้แสดงให้เห็นว่า 95% ของธุรกิจสตาร์ทอัพล้มเหลวตั้งแต่ยังไม่เริ่มธุรกิจ เนื่องจากตัวผู้ประกอบการเองล้มเลิกความตั้งใจตั้งแต่แรกเริ่มสอดคล้องกับงานวิจัยของ Blank (2017) ที่พบว่าสตาร์ทอัพถึง 75 % ไม่สามารถอยู่รอดได้เกิน 5 ปี เพราะผู้ประกอบการเลือกที่จะทิ้งกิจการด้วยตนเองโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทยจากรายงานของ The Global Entrepreneurship and Development Institute (2016) พบว่าความสามารถของผู้ประกอบการของประเทศไทยอยู่อันดับที่ 65 จาก 130 ประเทศทั่วโลกโดยที่ดัชนี 3 ตัวที่ได้รับคะแนนต่ำที่สุดคือการไม่มีวิสัยทัศน์, การไม่กล้ารับความเสี่ยง และการไม่สามารถสร้างเครือข่ายที่เหนียวแน่นได้ ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าปัญหาที่ต้องให้ความสำคัญคือภาวะผู้นำของผู้ประกอบการเองที่ไม่พร้อมจะรับการเปลี่ยนแปลงหรือวิสัยทัศน์แคบเกินไปการผลักดันให้ธุรกิจสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จจึงต้องเน้นเรื่องภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ จากประเด็นปัญหาที่กล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยได้สนใจศึกษาถึงภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพใน

พื้นที่จังหวัดนนทบุรี เพื่อสร้างกรอบแนวคิดด้านภาวะผู้นำของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาลักษณะภาวะผู้นำที่เหมาะสมของผู้ประกอบการต่อไป

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี เป็นอย่างไร

1.2.2 แนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ควรเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

1.3.2 เพื่อสร้างแนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ 3 ด้าน คือ 1) ขอบเขตด้านเนื้อหา 2) ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง และ 3) ขอบเขตการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาองค์ความรู้ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ตัวแปรภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ 1) ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม 2) ความสามารถในการแข่งขัน 3) ธุรกิจสตาร์ทอัพ

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่กำลังศึกษา ทำงานแล้ว หรือผู้เข้าประกวดโครงการ start-up ในจังหวัดนนทบุรี และมีแนวโน้มในการตัดสินใจประกอบธุรกิจแบบ start-up ภายใน 6 เดือนข้างหน้า โดยที่มีจำนวนนับได้ไม่แน่นอน (Infinite population)

1.4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยผสมผสานวิธี (Mixed Method Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเริ่มต้นจากการศึกษาในเชิงทฤษฎีเพื่อนำไปสู่การสร้างโมเดล จากนั้นทำการศึกษาข้อมูลในเชิงลึกเพื่อนำไปสู่การ

ปรับปรุงรูปแบบที่ได้จากทฤษฎี ผลที่ได้จากรูปแบบที่ปรับปรุงแล้วนำมาตรวจสอบความสอดคล้อง และหาความสัมพันธ์กับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี หาโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน Confirmatory Factor Analysis (CFA) หลังจากนั้นไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญกับประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพเพื่อสร้างแนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

1.4.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

ขอบเขตด้านพื้นที่สำหรับวิจัยในการเก็บข้อมูล คือ สถานที่ตั้งของประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในจังหวัดนนทบุรี ทั้งนี้ต้องระบุเหตุผลทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ เช่น จังหวัดนนทบุรี มีการเติบโตของธุรกิจสตาร์ทอัพในอัตราสูง

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage-Com) หมายถึง ความสามารถที่องค์กรดำเนินธุรกิจของตนเองได้ดีกว่าองค์กรอื่น ทำกำไรได้สูงกว่ามาตรฐานของอุตสาหกรรมหรือองค์กร สามารถสร้างให้เกิดคุณค่าแก่องค์กรมากกว่าคู่แข่ง ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ 1) ต้นทุนที่ต่ำ (Low cost) 2) การสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation) 3) การสร้างความแตกต่างด้านการตลาด (Marketing differentiation) 4) การสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Quality differentiation)

1.5.2 ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership-Leader) หมายถึง การปฏิบัติตนของผู้นำที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการทำงานของบุคลากรในองค์กร เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบคือ (1) การสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating) (2) การเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating) (3) การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing) และ (4) การเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model)

1.5.3 ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking-Create) หมายถึง ระดับการแสดงออก ผู้นำองค์กรที่แสดงออกถึงรูปแบบหรือทางเลือกใหม่ ๆ เพื่อส่งการทำงานของพนักงาน ประกอบด้วย 1) จินตนาการ (Imagination) และ 2) ความยืดหยุ่น (Flexibility)

1.5.4 การทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation-Teamwork) หมายถึง ระดับการแสดงออกผู้นำองค์กรในการส่งเสริมการทำงานเป็นทีมของบุคลากรในองค์กร ประกอบด้วย 1) บทบาทของสมาชิก (Member's role) 2) การมีเป้าหมายร่วม

(Share vision) 3) การมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns) และ 4) มนุษย์สัมพันธ์ (Relations)

1.5.5 ความมีจริยธรรม (Ethics) หมายถึง การปฏิบัติของผู้บังคับการที่มุ่งหวังให้มีความถูกต้อง มีเสรีภาพภายในขอบเขตของมโนธรรม มีหน้าที่ปฏิบัติต่อตนเอง ต่อผู้อื่น และต่อสังคม ประกอบด้วย 1) ความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition) 2) พฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior) และ 3) สภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment)

1.5.6 บรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Organization) หมายถึง การปฏิบัติของผู้บังคับการที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ของบุคลากรในองค์การต่อสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประกอบด้วย 1) การให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) 2) การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization) 3) การคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking) และ 4) การใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support)

1.5.7 ธุรกิจสตาร์ทอัพ หมายถึง องค์กรที่มีลักษณะของโมเดลธุรกิจที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้เกิดการเติบโตอย่างรวดเร็ว สามารถขยายตัวได้ทำซ้ำได้ง่าย โดยที่ต้นทุนไม่ได้มากขึ้นด้วยอัตราส่วนที่ทวีคูณ เช่นเดียวกับรายได้ที่เพิ่มขึ้นมาโดยตรง ลักษณะของธุรกิจลักษณะนี้มักจะมีการขยายกิจการในช่วงเริ่มต้นด้วยการขอทุนจากนักลงทุน เพื่อแลกกับการได้สิทธิแบ่งปันผลประโยชน์ทางด้านรายได้ในอนาคตเมื่อองค์กรเติบโตใหญ่ขึ้นในอนาคตมากกว่าการก่อหน้าในลักษณะการกู้เงินทำให้ธุรกิจลักษณะนี้ต้องค้นหาความต้องการลูกค้าในระดับกว้าง พัฒนาสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของคนจำนวนมากทั้งในและนอกประเทศเพื่อสามารถรองรับวิสัยทัศน์ในการเติบโตอย่างก้าวกระโดดขององค์กรในอนาคตได้

1.6 ประโยชน์ของงานวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง “ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี” ผู้วิจัยคาดว่าจะได้รับประโยชน์ ดังนี้

1.6.1 นำผลที่ได้จากการวิจัยองค์ประกอบผู้นำเชิงนวัตกรรมไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาทักษะของผู้นำเชิงนวัตกรรมในธุรกิจสตาร์ทอัพ

1.6.2 นำผลที่ได้จากการวิจัยความสัมพันธ์ผู้นำเชิงนวัตกรรม ประสิทธิภาพของผู้นำ และความสามารถในการแข่งขันไปประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ

1.6.3 นำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้รวบรวมและกลั่นกรองแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้นำและผู้นำเชิงนวัตกรรม

- 2.1.1 ความหมายของภาวะผู้นำ
- 2.1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำ
- 2.1.3 ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม
- 2.1.4 คุณลักษณะภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม
- 2.1.5 องค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม

2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน

- 2.1 ความหมายของความสามารถในการแข่งขัน
- 2.2 มาตรฐานความสามารถในการแข่งขัน

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพ

- 2.3.1 ความหมายของธุรกิจสตาร์ทอัพ
- 2.3.2 แหล่งเงินทุนของธุรกิจสตาร์ทอัพ
- 2.3.3 แตกต่างระหว่างธุรกิจเอสเอ็มอีและธุรกิจสตาร์ทอัพ
- 2.3.4 บริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจสตาร์ทอัพ

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้นำและผู้นำเชิงนวัตกรรม

2.1.1 ความหมายของภาวะผู้นำ

คำนิยามของภาวะผู้นำส่วนมากจะสร้างขึ้นมาจากสมมติฐานเกี่ยวกับกระบวนการด้านอิทธิพลที่ผู้นำจงใจแสดงออกมาต่อผู้ติดตาม คำนิยามของผู้นำที่นักวิชาการเสนอมามีความแตกต่างกันน้อยมาก คำนิยามที่แตกต่างกันในหลายมุมมอง ที่ความแตกต่างกันตรงที่ใครเป็นผู้ใช้อิทธิพลนั้น เป้าหมายอิทธิพลที่นำมาใช้ และภาษากายที่อิทธิพลนั้นได้แสดงออกมา ความแตกต่างไม่ใช่เพียงการมองด้วยสายตาของนักวิชาการ แต่มันสะท้อนถึงการไม่ยอมรับในคำนิยามของผู้นำและความเป็นผู้นำ

ความแตกต่างของนักวิชาการในการให้คำจำกัดความจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับ เหตุการณ์ และสถานะแวดล้อมที่จะศึกษาและความต่างในการแปลผลของการวิจัย (ชัยฤทธิ์ ทองรอด, 2550: 9)

ผู้นำตามความหมายของพจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา ใครก็ตามที่สามารถทำให้ผู้อื่นกระทำสิ่งใด ๆ โดยตนเองเป็นผู้ริเริ่มแสดงพฤติกรรม หรือเป็นผู้วางแผน โดยการจัดระเบียบหรือการควบคุม การกระทำของผู้อื่น หรือการใช้อำนาจ ตำแหน่งของตน หรือบุคคลที่ใช้ความสามารถในการเกลี้ยกล่อมให้ผู้อื่นยอมรับตนเองด้วยความสมัครใจ หรือผู้มีอำนาจในการใช้อิทธิพล ซึ่งแสดงออกโดยกระบวนการการสื่อสารเพื่อให้ปฏิบัติตามคำสั่งต่อกลุ่มกิจกรรมของกลุ่มองค์การ ไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายหรือเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (Janda, 1960: 358; Tannenbaum, Weschler, & Massarik, 1961: 24; Katz & Kahm, 1978: 411; Koontz & Wehrich, 1988: 437; Trewatha & Newport, 1982: 384; Stogdill, 1974: 411; Abraham, Roy and David, 2010; Ashiqur, 2016) นอกจากนั้นภาวะผู้นำเป็นพฤติกรรมของบุคคลหนึ่งซึ่งผูกพันกลุ่มเข้าด้วยกันโดยการชี้แนะ โน้มน้าว และชักจูงผู้ตามให้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ เป้าหมายขององค์การ หรือเป็นไปในทิศทางที่ต้องการ (Dubrin, 1998: 2; Jacobs & Jaques, 1987: 282; Stogdill, 1974: 13)

ถ้าพิจารณาความหมายของภาวะผู้นำที่อ้างมาทั้งหมดนั้น จะเห็นได้ว่าภาวะผู้นำเป็นเรื่องของความสามารถ และคุณลักษณะของแต่ละบุคคล ที่จะใช้อิทธิพลโน้มน้าวใจเปลี่ยนแปลงการกระทำของบุคคลอื่นหรือกลุ่มต่าง ๆ ให้ร่วมมือกันเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การให้สำเร็จไปได้ด้วยดี ดังนั้นภาวะผู้นำจะแสดงให้เห็นต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นได้แสดงออกซึ่งภาวะการเป็นผู้นำที่มุ่งสู่การกระทำ ทั้งนี้ ตัวผู้นำเองก็ต้องรู้จักการใช้ศิลปะ โดยรู้ว่าเมื่อไรจะปฏิบัติหรือละเว้นการปฏิบัติ (Devis, 1967: 97) ผู้ได้รับแต่งตั้งเป็นหัวหน้าอย่างเป็นทางการนั้น ในหลาย ๆ กรณีไม่สามารถนำกลุ่มไปสู่เป้าหมายได้ ซึ่งแสดงว่าหัวหน้าขาดความเป็นผู้นำ ดังนั้นผู้นำไม่จำเป็นต้องเป็นหัวหน้า แต่หัวหน้าต้องมีความเป็นผู้นำ นั่นคือ บุคคลหนึ่งอาจจะมีลักษณะใดลักษณะหนึ่ง และอีกบุคคลหนึ่งอาจจะมีทั้งสองลักษณะพร้อมกัน กล่าวคือ เป็นทั้งหัวหน้าและเป็นทั้งผู้นำในเวลาเดียวกัน

ผู้บริหารในฐานะผู้นำขององค์การ จะต้องทำหน้าที่ประสานงานให้เกิดความร่วมมือระหว่างสมาชิกขององค์การ เพื่อผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์การ (Antonakis, Cianciolo, & Sternberg, 2003; Freddie, 2005) ได้พบว่า ภาวะผู้นำในองค์การเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์การอย่างมีนัยสำคัญ โดยความมีภาวะผู้นำจะเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานขององค์การ โดยการกำหนดเป้าหมายการทำงานร่วมกันของหน่วยงานในองค์การและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในองค์การ เพื่อช่วยให้ประสิทธิภาพขององค์การเพิ่มขึ้น

2.1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำ (leadership theory)

จากความหมายของคำว่าภาวะผู้นำพบว่า ผู้นำมีความสำคัญต่อการบรรลุ ผลสำเร็จขององค์การเป็นอย่างมาก ดังนั้น นักวิชาการต่าง ๆ จึงได้พัฒนาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำเพื่อที่จะอธิบายถึงแง่มุมต่าง ๆ ของภาวะผู้นำ และจะได้เข้าใจ ทำนาย และควบคุมภาวะผู้นำที่ดีได้ โดยสามารถแบ่งวิวัฒนาการของทฤษฎีภาวะผู้นำออกได้ 4 กลุ่มทฤษฎีที่สำคัญดังนี้

1. ทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะ (Trait Leadership Theory) ทฤษฎีกลุ่มนี้เป็นทฤษฎีกลุ่มแรก ๆ ที่มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำ โดยนักทฤษฎีในกลุ่มนี้พยายามที่จะศึกษาถึงคุณลักษณะของผู้นำที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของผู้นำ โดยระยะแรกของการศึกษาเป็นการเปรียบเทียบคุณลักษณะของผู้นำกับผู้ตามโดยยึดถือทฤษฎีแนวคิดของทฤษฎีผู้ยิ่งใหญ่ (The Great Man Theory) ในสมัยกรีกและโรมันโบราณ ซึ่งถือว่าผู้นำเป็นมาแต่กำเนิดสร้างกันไม่ได้ และผู้นำต้องมีลักษณะพิเศษกว่าคนอื่น (Doyle & Smith, 1999: 434; Sharon, 2005) โดยงานวิจัยต่าง ๆ ที่ได้ศึกษาคุณลักษณะของผู้นำในช่วงแรก ๆ แสดงให้เห็นว่ามีลักษณะเฉพาะและบุคลิกภาพส่วนตัวบางประการของผู้นำ เช่น ขนาดของร่างกาย ทักษะทางสังคม และความสามารถทางสติปัญญา เป็นคุณลักษณะที่ทำให้บุคคลบรรลุถึงความเป็นผู้นำและเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตาม นักวิจัยและนักวิชาการต่าง ๆ ก็พบว่าไม่มีคุณลักษณะของบุคคลที่มีความสัมพันธ์อย่างชัดเจนกับภาวะผู้นำที่มีประสิทธิผล ดังนั้น ในระยะต่อมาก็เริ่มมีการศึกษาวิจัยด้วยการออกแบบการวิจัยที่ดีขึ้น ทำให้มีการค้นพบคุณลักษณะภาวะผู้นำอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้นำและประสิทธิผลภาวะผู้นำอย่างแท้จริง

โดย Stogdill (1974) ได้ทำการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้นำในช่วงปี ค.ศ. 1904-1947 จำนวน 124 เรื่องพบว่า ผู้นำจะมีคุณลักษณะดังนี้ (1) มีสติปัญญา (2) เป็นผู้รู้ (3) มีความรับผิดชอบ (4) สถานภาพทางสังคมเศรษฐกิจ (5) การเข้าสังคม (6) ความคิดริเริ่ม (7) ความพยายาม (8) ความเชื่อมั่นในตนเอง (9) ความไวในการรับรู้และเข้าใจสถานการณ์ต่าง ๆ (10) ความร่วมมือ (11) ความนิยม (12) ความสามารถในการปรับตัว (13) ความสามารถในการใช้คำพูด ต่อมา Stogdill ได้ทำการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้นำในช่วงปี ค.ศ. 1948-1970 จำนวน 163 เรื่องพบว่า ผู้นำจะมีคุณลักษณะดังนี้ (1) คุณลักษณะทางร่างกาย เช่น อายุ ส่วนสูง รูปร่าง (2) ภูมิหลังทางสังคม เช่น การศึกษา สถานภาพทางสังคม (3) สติปัญญาและความสามารถ (4) บุคลิกภาพ เช่น ความสามารถในการปรับตัว การมีอำนาจเหนือ บุคคลอื่น ความสามารถในการควบคุมอารมณ์ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความซื่อสัตย์ (5) คุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับงาน เช่น ความรับผิดชอบ ความคิดริเริ่ม ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค (6) คุณลักษณะทางสังคม เช่น ความสามารถในการประสานความร่วมมือ ความสามารถในการบริหารจัดการ ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและในระยะหลัง ๆ Stogdill ได้สังเคราะห์งานวิจัยในระยะหลัง ๆ พบว่า มีคุณลักษณะของผู้นำบางประการที่พบเสมอในผู้นำที่มีประสิทธิผล ได้แก่ (1) ความรับผิดชอบ (2) ความมุ่งมั่นที่จะทำงานให้

สำเร็จ (3) ความแข็งแรง (4) ความเพียรพยายาม (5) รู้จักเสี่ยง (6) ความคิดริเริ่ม (7) ความเชื่อมั่นในตนเอง (8) ความสามารถในการจัดการกับความเครียด (9) ความสามารถที่จะมีอิทธิพลต่อผู้อื่น (10) ความสามารถที่จะประสานพลังเพื่อการทำงานให้ประสบความสำเร็จ

2. ทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรม (Behavioral Leadership Theory) ในช่วงปี 1940 นักวิชาการได้เปลี่ยนความสนใจจากการศึกษาคุณลักษณะของผู้นำไปเน้นการศึกษาหาแบบพฤติกรรมที่ดีที่สุดในการเป็นผู้นำที่มีประสิทธิผลที่เรียกว่าแบบภาวะผู้นำ (Leadership Style) ซึ่งหมายถึง การผสมผสานคุณลักษณะ ทักษะ และพฤติกรรมที่ผู้นำใช้ในการปฏิสัมพันธ์กับผู้ตาม โดยมีแนวคิดทฤษฎีที่สำคัญดังนี้

2.1 แบบภาวะผู้นำของมหาวิทยาลัยไอโอวา (Iowa State University Leadership Style) ศึกษาโดย Kurt Lewin ซึ่งได้แบ่งรูปแบบภาวะผู้นำออกเป็น 2 คือ ภาวะผู้นำแบบเชิงอำนาจนิยม (Autocratic Leadership Style) และภาวะผู้นำเชิงประชาธิปไตยนิยม (Democratic Leadership Style)

2.2 แบบภาวะผู้นำของมหาวิทยาลัยโอไฮโอ (Ohio State University Leadership Style) ศึกษาโดย Ralph Stogdill โดยการพัฒนาแบบทดสอบภาวะผู้นำที่เรียกว่า LBDQ (Leader Behavior Descriptive Questionnaire) เพื่อจำแนกประเภทของผู้นำ ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมของผู้นำสามารถจำแนกออกเป็น 2 มิติคือ ผู้นำที่มุ่งงาน (Initiating Structure or Task Oriented) และผู้นำที่มุ่งคน (Consideration or Employee Oriented) จากพฤติกรรมของผู้นำใน 2 มิติสามารถกำหนดรูปแบบพฤติกรรมของผู้นำออกเป็น 4 แบบคือ มุ่งงานสูงมุ่งคนต่ำ มุ่งงานสูงมุ่งคนสูง มุ่งงานต่ำมุ่งคนสูง และมุ่งงานต่ำมุ่งคนต่ำ โดยผลจากการศึกษาพบว่า ผู้นำที่มุ่งงานสูงและมุ่งคนสูงจะมีผลการดำเนินงานสูงกว่าและความพอใจสูงกว่าแบบอื่น ๆ

2.3 แบบภาวะผู้นำของมหาวิทยาลัยมิชิแกน (University of Michigan Leadership Style) ศึกษาโดยศูนย์วิจัยเชิงสำรวจของมหาวิทยาลัยมิชิแกน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาพฤติกรรมของผู้นำที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลในการทำงาน ได้แก่ ความพอใจในการทำงานของผู้ตาม อัตราการเปลี่ยนงานของผู้ตาม การขาดผลผลิตและประสิทธิผลของผู้ตาม โดยผลการศึกษาของมหาวิทยาลัยมิชิแกนได้จำแนกพฤติกรรมของผู้นำออกเป็น 2 แบบคือ ผู้นำแบบมุ่งคน (Employee Oriented) และภาวะผู้นำที่มุ่งผลผลิต (Production Oriented) โดยผลของการศึกษาพบว่า ผู้นำที่มีประสิทธิภาพมีแนวโน้มที่จะมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ตาม ใช้กลุ่มในการตัดสินใจ และมีมาตรฐานในการทำงานสูง โดยในการศึกษาในระยะต่อมาของมหาวิทยาลัยมิชิแกนพบว่า ผลผลิตจะเพิ่มขึ้นถ้ากระบวนการของการเป็นผู้นำตั้งอยู่บนพื้นฐานของการทำงานเป็นทีม ความศรัทธาและไว้วางใจ และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

2.4 แบบภาวะผู้นำตามแนวคิดของ Blake และ Mouton หรือตาข่ายภาวะผู้นำ (Leadership Grid Model) เป็นการศึกษาของ Robert Blake และ Jane Mouton ซึ่งมีแบบภาวะผู้นำของโอไฮโอและมิชิแกนเป็นพื้นฐานในการศึกษา โดยใช้ตารางที่มี 2 แกน คือ แกนตั้งแทนพฤติกรรมที่มุ่งคน (Concern for People) และแกนนอนแทนพฤติกรรมที่มุ่งผลผลิต (Concern for Production) และแต่ละแกนแบ่งออกเป็น 9 ช่วง จาก 1-9 ทั้ง 2 แกน โดยจะสามารถอธิบายพฤติกรรมของผู้นำได้เป็น 5 แบบคือ แบบมุ่งคนต่ำและมุ่งผลผลิตต่ำ (Impoverished Management) แบบมุ่งผลผลิตต่ำแต่มุ่งคนสูง (Country Club Management) แบบมุ่งผลผลิตสูงแต่มุ่งคนต่ำ (Authoritarian Management) แบบมุ่งผลผลิตสูงและมุ่งคนสูง (Team Management) และมุ่งผลผลิต ปานกลางและมุ่งคนปานกลาง (Middle of the Road Management) โดยพฤติกรรมแบบมุ่งผลผลิตสูงและมุ่งคนสูงเป็นรูปแบบพฤติกรรมที่เหมาะสม

2.5 ทฤษฎีภาวะผู้นำแบบ 3 มิติของ Reddin (Three Dimension Theory) โดย William Reddin ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้นำพบว่าผู้นำมีพฤติกรรมใน 3 มิติคือ มิติ มุ่งงาน (Task Orientation) มิติมุ่งคน (Relationship Orientation) และมิติมุ่งประสิทธิผล (Effectiveness)

ทั้งนี้ จากการศึกษาทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมทั้งหมดพบว่า การศึกษาถึงภาวะผู้นำของมหาวิทยาลัยโอไฮโอ ภาวะผู้นำมีลักษณะคล้ายคลึงกันโดยพิจารณาภาวะผู้นำใน 2 มิติคือ พฤติกรรมของผู้นำอาจมีทั้งมุ่งงานหรือผลผลิตและมุ่งคนได้ แต่การศึกษาของมหาวิทยาลัยมิชิแกนจะพิจารณาภาวะผู้นำในมิติเดียวคือ ผู้นำจะเป็นแบบมุ่งงานหรือมุ่งคนแบบใดแบบหนึ่งเท่านั้น ส่วนภาวะผู้นำแบบ 3 มิติของ Reddin จะพิจารณาพฤติกรรมของผู้นำใน 3 มิติ

3. ทฤษฎีภาวะผู้นำตามสถานการณ์ (Contingency Leadership Theory)

จากแนวคิดของทฤษฎีเชิงคุณลักษณะและทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมที่มุ่งเน้นการหาแบบภาวะผู้นำที่ดีที่สุดในทุกสถานการณ์ เพื่อที่จะสามารถนำไปใช้ได้ทั่วไป แต่ในช่วงปี 1960 มีการค้นพบว่า ไม่มีแบบภาวะผู้นำที่ดีที่สุดที่สามารถนำไปใช้ได้ทุกสถานการณ์ (No One Best Leadership Style) นักวิชาการต่าง ๆ จึงได้พัฒนาทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำโดยคำนึงสถานการณ์ที่ผู้นำเข้าไปเกี่ยวข้องเรียกว่า ทฤษฎีภาวะผู้นำตามสถานการณ์ ซึ่งเป็นกลุ่มทฤษฎีที่อธิบายว่า ภาวะผู้นำที่มีประสิทธิผลขึ้นอยู่กับสถานการณ์ โดยทฤษฎีในกลุ่มนี้พยายามที่จะกำหนดสถานการณ์ที่ผู้นำจะต้องเผชิญ โดยใช้ปัจจัยเชิงสถานการณ์ (Situational Factor) เป็นตัวกำหนด เช่น ลักษณะของงานที่ทำ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิก และคุณลักษณะของผู้ตาม เป็นต้น แล้วนำเสนอแบบภาวะผู้นำที่เหมาะสมกับสถานการณ์นั้น ๆ โดยมีแนวคิดทฤษฎีที่สำคัญดังนี้

3.1 ทฤษฎีภาวะผู้นำตามสถานการณ์ของ Fiedler เป็นทฤษฎีแรกที่เริ่มอธิบายถึงสถานการณ์ที่มีอิทธิพลต่อภาวะผู้นำ โดย Fred Fiedler ซึ่งแบบจำลองของเขากำหนดแบบของภาวะผู้นำออกเป็น 2 แบบคือ แบบมุ่งงาน และแบบมุ่งความสัมพันธ์ โดยจำแนกประเภทของสถานการณ์ที่

ผู้นำจะเผชิญโดยมีปัจจัยเชิงสถานการณ์ 3 ปัจจัย ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิก (Leader-Member Relations) ซึ่งแบ่งออกเป็นดีกับไม่ดี โครงสร้างของงาน (Task Structure) ซึ่งแบ่งออกเป็นชัดเจนมากกับชัดเจนน้อย และอำนาจตามตำแหน่งของผู้นำ (Position Power) แบ่งออกเป็นมากหรือน้อย Fiedler ได้ใช้ปัจจัยเชิงสถานการณ์ทั้ง 3 ปัจจัยมากำหนดสถานการณ์ที่ผู้นำจะต้องเผชิญ ซึ่งสามารถจำแนกสถานการณ์ได้ 8 สถานการณ์ ทั้งนี้ ในการกำหนดแบบพฤติกรรมแบบมุ่งงานและมุ่งความสัมพันธ์ก็จะอยู่บนหลักการที่ว่า สถานการณ์ที่แตกต่างกันย่อมต้องใช้แบบภาวะผู้นำที่แตกต่างกัน

3.2 ทฤษฎีภาวะผู้นำตามสถานการณ์ของ Hersey และ Blanchard โดย Paul Hersey และ Kenneth H. Blanchard ได้พัฒนารูปแบบภาวะผู้นำตามสถานการณ์ ซึ่งมีปัจจัยเชิงสถานการณ์คือ ความพร้อมหรือคุณวุฒิของผู้ตาม อันประกอบด้วย ความสามารถของผู้ตาม (Ability) และความเต็มใจที่จะทำงานให้สำเร็จของผู้ตาม (Willingness) โดยจะจำแนกแบบภาวะผู้นำออกเป็น 4 แบบคือ ภาวะผู้นำแบบสั่งการ (Telling Style) ภาวะผู้นำแบบชี้นำ (Selling Style) ภาวะผู้นำแบบมีส่วนร่วม (Participating Style) และภาวะผู้นำแบบมอบหมายงาน (Delegating Style) ทั้งนี้ ผู้นำจะแสดงพฤติกรรมภาวะผู้นำแบบใดนั้นขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่ผู้นำกำลังเผชิญอยู่ เช่น ถ้าผู้ตามไม่มีความสามารถและไม่มีความเต็มใจที่จะทำงานให้สำเร็จ ภาวะผู้นำที่มีประสิทธิผลควรเป็นแบบภาวะผู้นำแบบสั่งการ (Telling Style) เป็นต้น

3.3 ทฤษฎีภาวะผู้นำแบบเส้นทางสู่เป้าหมาย (Path-goal Theory) ซึ่งพัฒนาขึ้นโดย Robert House ซึ่งมีปัจจัยเชิงสถานการณ์ 2 ปัจจัยคือ ผู้ตามมีทักษะ ความสามารถและบุคลิกภาพเป็นอย่างไร และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมอันประกอบด้วย ลักษณะงาน ทีมงาน และระบบอำนาจอย่างเป็นทางการ โดยจะจำแนกแบบของผู้นำออกเป็น 4 แบบคือ ผู้นำแบบชี้นำ (Directive Leader) ผู้นำแบบสนับสนุน (Supportive Leader) ผู้นำแบบมีส่วนร่วม (Participative Leader) และผู้นำแบบมุ่งความสำเร็จของงาน (Achievement Oriented Leader) โดยผู้นำจะแสดงพฤติกรรมภาวะผู้นำแบบใดนั้นขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่นำกำลังเผชิญอยู่ เช่น ภาวะผู้นำแบบชี้นำเหมาะสมในสถานการณ์ที่งานมีความคลุมเครือสับสน ผู้นำจึงต้องใช้อำนาจหรือเผด็จการสูง และให้ความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับผู้ตาม นอกจากนี้ ผู้นำยังเพิ่มแรงจูงใจของผู้ตาม โดยการให้รางวัลที่สัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน เป็นต้น

3.4 ทฤษฎีรูปแบบการเข้ามามีส่วนร่วมของผู้นำ (Leader Participation Model หรือ Normative Leadership Model) โดย Victor Vroom และ Phillip Yetton โดยทฤษฎีนี้ได้กล่าวถึงกฎเกณฑ์หรือแนวทางสำหรับผู้นำในการตัดสินใจเลือกรูปแบบของการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ซึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ตัวแบบของแนวคิดนี้ได้จำลองออกมาในลักษณะของต้นไม้แห่งการตัดสินใจ (A Decision Tree) โดยกำหนดรูปแบบของการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจไว้ 5

รูปแบบคือ ผู้นำแบบเผด็จการ I (Autocratic I: AI) ผู้นำแบบเผด็จการ II (Autocratic II: AII) ผู้นำแบบปรึกษาหารือ I (Consultative I: CI) ผู้นำแบบปรึกษาหารือ II (Consultative II: CII) และผู้นำแบบกลุ่ม II (Group II: GII) โดยมีข้อคำถาม 8 ข้อคำถามเป็นปัจจัยเชิงสถานการณ์ อันประกอบด้วยระดับคุณภาพที่ต้องการจากการตัดสินใจ ระดับความมีพันธะผูกพันที่ต้องการจากผู้ปฏิบัติงาน ระดับความมากน้อยของสารสนเทศที่ผู้นำมีอยู่ ระดับความชัดเจนของปัญหา ระดับความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติจากการมีพันธะผูกพัน ระดับความสอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย ระดับความขัดแย้งของผู้ปฏิบัติงาน และระดับความมากน้อยของสารสนเทศที่ผู้ปฏิบัติงานมี (Lussier & Achua, 2004: 215; Northern Ireland Executive, 2005)

4. ทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงบูรณาการ (Integrative Leadership Theory) ทฤษฎีภาวะผู้นำในกลุ่มนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำในช่วงหลังปี 1970 ซึ่งเริ่มพบว่า การเป็นผู้นำที่มีประสิทธิผลขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ โดยนักวิชาการพยายามปรับปรุงและขยายทฤษฎีในยุคต่าง ๆ ทั้งทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะ ทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรม และทฤษฎีภาวะผู้นำตามสถานการณ์ออกไป เพื่อที่จะได้สามารถอธิบายถึงภาวะผู้นำที่มีประสิทธิผลต่อองค์การในสภาพแวดล้อมที่ซับซ้อนและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างผันผวนในปัจจุบัน จึงมีนักวิชาการได้ศึกษาและเสนอทฤษฎีภาวะผู้นำแนวใหม่ไว้หลายทฤษฎี โดยมีแนวคิดทฤษฎีที่สำคัญดังนี้

4.1 ทฤษฎีภาวะผู้นำที่มีลักษณะพิเศษ (Charismatic Leadership Theory) เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงคุณลักษณะพิเศษเฉพาะของผู้นำ ซึ่งคุณลักษณะพิเศษเหล่านี้จะช่วยสนับสนุนการมีอิทธิพลต่อผู้ตาม อันจะทำให้การดำเนินงานในองค์การบรรลุผลสำเร็จได้มากขึ้น เช่น แนวคิดของ House ที่ได้อธิบายถึงคุณลักษณะพิเศษของผู้นำไว้ 7 ประการคือ มีความเชื่อมั่นในตนเองเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ผู้ตาม สร้างความประทับใจในความสามรถและความสำเร็จแก่ผู้ตาม มีเป้าหมายที่เป็นอุดมการณ์อย่างชัดเจน แสดงถึงความคาดหวังในตัวผู้ตาม สร้างแรงจูงใจของผู้ตาม และมีคุณสมบัติที่ดึงดูดใจผู้ตาม หรือแนวคิดของ Bass ที่ได้เสนอคุณลักษณะของผู้นำที่มีลักษณะพิเศษประกอบด้วย ความสามารถที่จำเป็น (Requisite Abilities) เช่น มีความสามารถในการใช้วิจารณญาณและการตัดสินใจ มีความสามารถในการสื่อสาร และคุณลักษณะด้านบุคลิกภาพ (Personality Characteristics) เช่น มีความภูมิใจในตนเอง เป็นคนเปิดเผย มีความซื่อสัตย์ มีคุณธรรม และคำนึงถึงบุคคลอื่น ๆ

4.2 ทฤษฎีภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional Leadership) เป็นแนวคิดที่วิธีการที่จะทำให้ผู้ตามปฏิบัติในสิ่งที่ผู้นำปรารถนา โดยเน้นการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างผู้นำกับผู้ตาม โดยผู้นำจะให้บางสิ่งบางอย่างที่ผู้ตามปรารถนา โดยวิธีการที่ผู้นำแบบแลกเปลี่ยนใช้มากที่สุดคือ การเจรจาต่อรองกับผู้ตาม (Bargaining) ซึ่งจะเป็นรูปแบบความสัมพันธ์แบบที่ผู้นำและผู้ตามจะต้องช่วยเหลือพึ่งพากันและกันและต่างฝ่ายต่างได้รับประโยชน์ที่ตนเองปรารถนา โดยองค์ประกอบ

ของภาวะผู้นำ แบบแลกเปลี่ยนประกอบด้วย การให้รางวัลตามสถานการณ์ (Contingent Reward) การบริหารงานแบบวางเฉยในลักษณะเชิงรุก (Management by Exception: Active) การบริหารงานแบบวางเฉยในลักษณะเชิงรับ (Management by Exception: Passive) และการปล่อยตามสบาย (Laissez Faire)

4.3 ทฤษฎีภาวะผู้นำแบบปฏิรูปหรือภาวะผู้นำที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงแนวทางที่ผู้นำจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสิ่งใหม่ ๆ โดยลักษณะสำคัญของภาวะผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลงคือ การมุ่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากสภาพเดิมที่เป็นอยู่ ทั้งนี้องค์ประกอบสำคัญของภาวะผู้นำเชิงปฏิรูปมี 4 ประการ คือ ลักษณะพิเศษ (Charisma) เช่น สร้างวิสัยทัศน์เพื่อมุ่งไปสู่อนาคตขององค์การที่ดีกว่าปัจจุบัน ใช้วิธีการใหม่ ๆ ในการทำงาน กล้าเสี่ยง มีคุณสมบัติดึงดูดใจผู้ตาม เป็นต้น การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration) เช่น การทำให้ผู้ตามเกิดความมั่นใจและกระตือรือร้น สร้างบรรยากาศในองค์การให้เปิดเผย มีการติดต่อสื่อสารหลายช่องทาง เป็นต้น การกระตุ้นการใช้ปัญญา (Intellectual Stimulation) คือ การที่ผู้นำส่งเสริมให้ผู้ตามใช้ปัญญา เหตุผล และความระมัดระวังในการแก้ไขปัญหา กระตุ้นการสร้างระบบความคิดและวิธีการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ และการมุ่งความสัมพันธ์เป็นรายบุคคล (Individualized Consideration) โดยการเอาใจใส่ต่อ ผู้ตามตามความแตกต่างของผู้ตาม เป็นที่เล็งในการสอนงานและให้คำแนะนำในการทำงาน สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ตามเพื่อให้เกิดความผูกพันและเต็มใจที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายอย่างเต็มที่

สรุปได้ว่า ผู้นำ (Leader) หมายถึง บุคคลที่ได้รับการแต่งตั้งหรือได้รับการยอมรับจากสมาชิกของกลุ่มให้มีอิทธิพลและบทบาทเหนือบุคคลอื่น ๆ สามารถที่จะ จูงใจ ชักนำ หรือชี้นำให้สมาชิกในกลุ่มทำงานให้บรรลุผลสำเร็จตามต้องการ ส่วนภาวะผู้นำ (Leadership) หมายถึง กระบวนการที่ผู้นำจะใช้อิทธิพลต่อผู้ตาม เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการกระทำ ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ หากพิจารณาความหมายของภาวะผู้นำดังที่กล่าวข้างต้น จะพบว่าภาวะผู้นำจะประกอบด้วย องค์ประกอบสำคัญ 4 องค์ประกอบดังนี้

1. ผู้นำและผู้ตาม โดยภาวะผู้นำจะเกี่ยวข้องกับการที่ผู้นำจะต้องใช้อิทธิพลต่อผู้ตาม เนื่องจากการมีอำนาจหน้าที่ที่เหนือกว่า
2. การมีอิทธิพล โดยผู้นำใช้อำนาจหน้าที่ที่เหนือกว่าในการกระตุ้น จูงใจ โน้มน้าวให้ผู้ตาม ปฏิบัติในสิ่งที่ผู้นำปรารถนา
3. การเปลี่ยนแปลง การที่ผู้นำมีอิทธิพลเหนือผู้ตาม ก็เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสิ่งใดสิ่งหนึ่งในองค์การ
4. การบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ โดยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะสามารถนำไปสู่ผลสำเร็จที่องค์การคาดหวังไว้

จากความหมายของคำว่าภาวะผู้นำ แสดงว่า ผู้นำมีความสำคัญต่อการบรรลุ ผลสำเร็จขององค์การเป็นอย่างมาก การพัฒนาผู้นำตามแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำจะทำให้ภาวะผู้นำของผู้นำเป็นไปตามเป้าหมายขององค์การ

ตารางที่ 2.1 สรุปหลักการและทฤษฎีภาวะผู้นำ

กลุ่มทฤษฎี	แนวคิดหลัก
1) ทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะ (Trait Leadership)	ศึกษาถึงคุณลักษณะของผู้นำที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของผู้นำ โดยในช่วงแรก ๆ แสดงให้เห็นว่า มีลักษณะเฉพาะและบุคลิกภาพส่วนตัวบางประการของผู้นำเป็นคุณลักษณะที่ทำให้บุคคลบรรลุถึงความเป็นผู้นำและเป็นผู้ที่มีประสิทธิผล แต่อย่างไรก็ตาม ระยะเวลาต่อมา มีการค้นพบคุณลักษณะภาวะผู้นำอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้นำและประสิทธิผลภาวะผู้นำอย่างแท้จริง
2) ทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรม (Behavioral Leadership Theory)	เปลี่ยนความสนใจจากการศึกษาคุณลักษณะของผู้นำไปเน้นการศึกษา หาแบบพฤติกรรมที่ดีที่สุดในการเป็นผู้นำที่มีประสิทธิผลที่เรียกว่า แบบภาวะผู้นำ (Leadership Style) ซึ่งหมายถึงการผสมผสานคุณลักษณะ ทักษะ และพฤติกรรม ที่ผู้นำใช้ในการปฏิสัมพันธ์กับผู้ตาม
3) ทฤษฎีภาวะผู้นำตามสถานการณ์ (Contingency Leadership Theory)	ทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำที่คำนึงสถานการณ์ที่ผู้นำเข้าไปเกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำที่มีประสิทธิผลขึ้นอยู่กับสถานการณ์ โดยทฤษฎีในกลุ่มนี้พยายามที่จะกำหนดสถานการณ์ที่ผู้นำจะต้องเผชิญโดยใช้ปัจจัย เชิงสถานการณ์ (Situational Factor) เป็นตัวกำหนด เช่น ลักษณะของงานที่ทำ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิก และคุณลักษณะของผู้ตาม เป็นต้น แล้วนำเสนอแบบภาวะผู้นำที่เหมาะสมกับสถานการณ์นั้น ๆ

ตารางที่ 2.1 สรุปหลักการและทฤษฎีภาวะผู้นำ (ต่อ)

กลุ่มทฤษฎี	แนวคิดหลัก
4) ทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงบูรณาการ (Integrative Leadership Theory)	<p>การเป็นผู้นำที่มีประสิทธิผลขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ โดยนักวิชาการพยายามปรับปรุงและขยายทฤษฎีในยุคต่าง ๆ ออกไปเพื่อที่จะได้สามารถอธิบายถึงภาวะผู้นำที่มีประสิทธิผลต่อองค์การในสภาพแวดล้อมที่ซับซ้อนและมี โดยสามารถแบ่งได้เป็น 3 ทฤษฎีดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ทฤษฎีภาวะผู้นำที่มีลักษณะพิเศษ (Charismatic Leadership Theory) 2. ทฤษฎีภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional Leadership) 3. ทฤษฎีภาวะผู้นำแบบปฏิรูปหรือภาวะผู้นำที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership)

2.1.3 ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม

สำหรับความหมายของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership) มีนักวิชาการได้อธิบายถึงความหมายไว้แตกต่างกัน ได้แก่ Keen (2003) ให้ความหมายภาวะผู้นำเชิงเทคโนโลยีว่าเป็นพฤติกรรมของผู้นำที่ใช้เทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการนำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ ในยุคพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) Schmidt, & Porteus (2000) นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงเทคโนโลยีว่าเป็นความสามารถของผู้นำในการบริหารจัดการโดยใช้เทคโนโลยีให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่ลงทุนต่ำ ความสามารถนี้เรียกว่า cost competence ขณะเดียวกัน ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดอยู่ตลอดเวลา (marketable products) ซึ่งความสามารถในการบริหารจัดการนี้เรียกว่า innovative competence Annunzio (2001) ให้ความหมายภาวะผู้นำเชิงเทคโนโลยีว่าเป็นพฤติกรรมของผู้นำที่ช่วยทำให้ผู้นำแบบดั้งเดิมสามารถเปลี่ยนวัฒนธรรมในการบริหารจัดการธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว คล่องแคล่ว มีความยืดหยุ่นมากขึ้นในระบบเศรษฐกิจยุคดิจิทัล Pulley, Sessa, & Malloy (2002) ให้ความหมายภาวะผู้นำเชิงเทคโนโลยีว่าเป็นพฤติกรรมของผู้นำในยุคเทคโนโลยีที่ผู้นำต้องเปลี่ยนแปลงการนำ ในขณะที่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเกิดขึ้นเกินกว่าที่บุคลากรและองค์การจะซึมซับได้ ผู้นำที่มีความสามารถในการเข้าถึงปัญหาหรือโอกาสที่ลับซับซ้อน และค้นพบแนวทางในการดำเนินการใหม่ ๆ หรือไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน โดยผู้นำจะต้องมีความฉลาดทางนวัตกรรม (Innovative Intelligence) เพื่อช่วยให้สามารถตอบสนองและแก้ไขปัญหามาตรฐานจริงได้ดีขึ้น และช่วยให้เกิดนวัตกรรมในองค์การมากขึ้นอีกด้วย (Weiss and Legrand, 2011) ซึ่งสอดคล้องกับที่ อรอนงค์ โรจนวิวัฒนบุลย์ (2553) ได้ให้

ความหมายของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมว่าหมายถึง ผู้นำที่ใช้พลังแห่งคุณลักษณะของตนเองในด้านสมรรถนะ บุคลิกภาพ บทบาท และลักษณะทางสังคมขับเคลื่อนให้บุคลากรสร้างนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่องค์กร

สรุปได้ว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership) หมายถึง ผู้นำที่มีความสามารถในการจูงใจหรือใช้อิทธิพลต่อผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดแนวคิดหรือแรงจูงใจในการพัฒนานวัตกรรม จากความหมายข้างต้นจะเห็นว่า ในการจะขับเคลื่อนให้เกิดนวัตกรรมขึ้นในองค์กรนั้น ผู้นำมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง

2.1.4 คุณลักษณะภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม

Quinn (1991) ได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริหารระดับสูงที่เกี่ยวข้องกับการสร้างนวัตกรรมในองค์กรไว้ว่า นวัตกรรมจะเกิดขึ้นในองค์กรได้นั้น ต้องประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ 1) ผู้บริหารระดับสูงต้องจะต้องเห็นความสำคัญของนวัตกรรม 2) การบริหารงานต้องมีบรรยากาศที่สนับสนุนและกระตุ้นให้บุคลากรในองค์กรสร้างนวัตกรรม และ 3) มีวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ในการสร้างนวัตกรรมที่ชัดเจนและมีความเป็นไปได้จริงตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับ Higgins (1995: 245) ที่กล่าวถึงคุณลักษณะของผู้บริหารระดับสูงที่เกี่ยวข้องกับการสร้างนวัตกรรมในองค์กรไว้ว่า ลักษณะภาวะผู้นำที่เป็นองค์ประกอบสำคัญขององค์กรนวัตกรรมมีดังนี้ 1) การสร้างวิสัยทัศน์และความมุ่งมั่นทางกลยุทธ์ ผู้นำจะต้องมีการสื่อสารถ่ายทอดวิสัยทัศน์ไปสู่พนักงานในองค์กร ซึ่งเป็นทักษะหนึ่งที่มีความสำคัญของผู้ผู้นำเพื่อให้พนักงานรับรู้ถึงวิสัยทัศน์ด้านนวัตกรรมขององค์กร 2) ผู้นำจะต้องอดทนและยอมรับกับความผิดพลาดหรือล้มเหลวที่จะเกิดขึ้นจากการสร้างนวัตกรรม ผู้นำจะต้องส่งเสริมให้พนักงานกล้าเสี่ยงในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3) การใช้เวลาในการตัดสินใจคิดใหม่ ผู้นำจะต้องรู้จักการรอคอย ไม่ด่วนตัดสินใจ ความคิดของพนักงานว่าถูกหรือผิด ควรให้เวลากับพนักงานในการริเริ่มดำเนินการต่อไป 4) การมอบอำนาจและกระจายอำนาจหน้าที่ให้กับพนักงานในการสร้างนวัตกรรม ทำให้พนักงานมีความรู้สึกเป็นส่วนสำคัญในการสร้างนวัตกรรมและความสำเร็จขององค์กร และจะส่งเสริมให้พนักงานเกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม 5) ผู้นำในองค์กรนวัตกรรมจะต้องมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น เมื่อเกิดความผิดพลาดหรือล้มเหลวในการทำงาน ผู้นำจะต้องพิจารณาหาสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นแล้วรีบแก้ไข และผู้นำต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับพนักงานที่ทำผิดพลาดหรือล้มเหลว 6) มีการใช้ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลง เนื่องจากรูปแบบภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนรูปมีความเหมาะสมในการจัดการนวัตกรรมและบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ ดังนั้น ผู้นำจะต้องเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ ความมั่นใจในตัวเอง มีความกล้าหาญที่จะท้าทายความสำเร็จมีคุณสมบัติพิเศษที่ดึงดูดใจผู้อื่น และผู้สร้างบรรทัดฐานในการปฏิบัติงานเพื่อสนับสนุนให้องค์กรประสบผลสำเร็จ และ 7) การจัดการบุคลากรด้านนวัตกรรม เช่น

การสอนงาน (Coaching) การพัฒนาความเชี่ยวชาญของพนักงานอย่างเหมาะสม ส่งเสริมการทำงานเป็นทีมเพื่อการเพิ่มผลิตภาพ ส่งเสริมให้พนักงานมีการจัดการด้วยตนเอง (Self Management) ส่งเสริมการสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา (Upward Communication) และการให้รางวัลและการยอมรับ Adair (1996) กล่าวถึงคุณลักษณะของผู้นำที่เกี่ยวข้องกับการสร้างนวัตกรรมในองค์กรไว้ว่า ผู้บริหารต้องมีความมุ่งมั่นในการสร้างนวัตกรรม เนื่องจากผู้บริหารมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการผลักดันให้เกิดการสร้างสรรค่นวัตกรรม และสนับสนุนการปฏิบัติงานของบุคลากรให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น ผู้นำจะต้องเป็นผู้ที่เื้อออำนาจต่อการเปลี่ยนแปลงในองค์กร และมีบทบาทเป็นผู้นำเชิงกลยุทธ์ ผู้นำต้องเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกลและมีภาวะผู้นำในการจัดการและสร้างแรงบันดาลใจให้แก่บุคลากรในองค์กร สอดคล้องกับแนวคิดของ Horth and Vehar (2012) ที่กล่าวถึงคุณลักษณะของผู้นำเชิงนวัตกรรมไว้ดังนี้ 1) ให้การสนับสนุนและสร้างความมั่นใจในการทำงานและเห็นคุณค่าของพนักงานแต่ละคน 2) ดูแลและสนับสนุนพนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ 3) ปกป้องและสร้างการมีส่วนร่วมในกระบวนการนวัตกรรมด้วยการเปลี่ยนแปลงคนที่มีทัศนคติทางลบ และ 4) ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานเพื่อจะได้พ้นจากระบบและการตอบสนองการทำงานแบบเดิมที่จะเป็นสิ่งที่ทำลายนวัตกรรม

Tidd and others (2001) ได้เสนอคุณลักษณะของผู้นำที่จะสามารถสร้างนวัตกรรมในองค์กรว่าประกอบด้วย วิสัยทัศน์ร่วม ภาวะผู้นำ และความตั้งใจที่จะมุ่งไปสู่นวัตกรรม (Shared Vision, Leadership and the Will to Innovate) ผู้นำจะต้องสื่อสารและสร้างความชัดเจนในการรับรู้วิสัยทัศน์ จุดประสงค์และกลยุทธ์ใหม่แก่พนักงานในองค์กร รวมทั้งต้องกระจายและสนับสนุนให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วม ในวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมขององค์กรสอดคล้องกับ Kuczmariski (2003) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของผู้นำที่จะสร้างนวัตกรรมในองค์กรไว้ดังนี้ 1) ผู้บริหารมีทัศนคติที่ดีและสนับสนุนการสร้างนวัตกรรม 2) ผู้บริหารด้านนวัตกรรม มีความมุ่งมั่นทุ่มเทในการสร้างนวัตกรรมด้วยความพยายาม 3) จัดตั้งทีมข้ามสายงานสำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และ 4) สร้างวัฒนธรรมและค่านิยมนวัตกรรม และ Hay Group (2005) สรรวจปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างนวัตกรรมขององค์กรในองค์ประกอบด้านภาวะผู้นำ พบว่า จะต้องเป็นผู้ที่กำหนดทิศทางและวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนส่งเสริมให้เกิดความสามัคคีภายในทีมงาน สร้างความผูกพันและสร้างความคิดเป็นผู้สอนงาน (Coaching) โดยมุ่งเน้นที่จะพัฒนาบุคคลในระยะยาว การมีการมอบอำนาจ (Empowerment) สร้างการมีส่วนร่วม (Participation) และสร้างทีมงาน (Teamwork) ต่อมา Von Stamm (2008) ได้เสนอรูปแบบผู้นำ (Leadership Style) ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างนวัตกรรมในองค์กรไว้ว่า ผู้นำองค์กรต้องสนับสนุนและส่งเสริมนวัตกรรม มีความทุ่มเทมุ่งมั่นด้วยใจจริงในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ส่งเสริมให้พนักงานกล้าทดลอง ค้นหา ร่วมมือ และอดทนกับความล้มเหลว ผู้นำลักษณะนี้ควรจะมีอยู่ในทุกระดับขององค์กร โดยควรจะเริ่มที่ผู้นำระดับสูงขององค์กรก่อน

Sununta and Bechter (2001) กล่าวว่า ภาวะผู้นำในองค์กรเป็นสิ่งที่มีความสำคัญโดยผู้นำต้องทำหน้าที่ในการตั้งวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ที่เน้นการเติบโตขององค์กร อีกทั้งสร้างความเชื่อและค่านิยมที่ช่วยสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม

Institute of Work Psychology (2003) กล่าวว่า ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการกระตุ้นและสร้างความมั่นใจให้กับพนักงานในการลองทำสิ่งใหม่ ๆ ซึ่งจะทำให้พนักงานมีความรู้ มีทักษะและความสามารถใหม่ ๆ ในการที่จะนำไปใช้สร้างให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและนวัตกรรมจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยบรรยากาศในการทำงานที่เอื้อต่อการมีความคิดสร้างสรรค์ซึ่งหมายถึงพนักงานจะต้องได้รับโอกาสในการเรียนรู้ ซึ่งผู้บริหารควรให้การสนับสนุนและกระตุ้นให้เกิดการมีความคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้ องค์กรควรที่จะมีโครงสร้างและกระบวนการทำงานที่สนับสนุนการถ่ายโอนความรู้ใหม่ ๆ

Jong and Den Hartog (2007) ทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้นำที่มีต่อการเพิ่มพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน 13 ประการ ได้แก่

1. การทำตนเป็นแบบอย่างด้านนวัตกรรมด้วยการแสดงพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมการแสวงหาโอกาสและคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ
2. กระตุ้นให้พนักงานให้ความสำคัญกับปัญหาและการหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา
3. การกระตุ้นให้เผยแพร่ความรู้ ด้วยการให้มีการสื่อสารแบบเปิด มีการสื่อสารที่ช่วยสนับสนุนและมีการประชุมการทำงานแบบไม่ทางการ
4. การให้วิสัยทัศน์ มีการสื่อสารวิสัยทัศน์อย่างชัดเจน และให้แนวทางการปฏิบัติและดำเนินกิจกรรมในอนาคต
5. การเป็นที่ปรึกษา โดยผู้นำให้คำแนะนำการตัดสินใจและความคิดต่าง ๆ ผู้นำต้องพูดคุยและให้คำปรึกษาแลกเปลี่ยนกับพนักงาน
6. การกระจายงาน การให้อำนาจแก่พนักงานในการรับผิดชอบงานของตนเองอย่างเป็นอิสระ
7. ผู้นำต้องช่วยเหลือพนักงานและไม่ลงโทษพนักงานที่ทำงานผิดพลาด ให้มองว่าความผิดพลาดเป็นโอกาสของการเรียนรู้
8. การจัดการข้อมูลป้อนกลับ ผู้นำควรมีการให้ข้อมูลป้อนกลับที่สร้างสรรค์แก่พนักงาน เพราะจะช่วยให้พนักงานพัฒนาปรับปรุงตนเอง พร้อมทั้งการขอข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้าเพื่อนำมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ
9. การนับถือ การชื่นชม หรือแสดงความนับถือพนักงาน โดยการชมเชย การให้รางวัลหรือการเฉลิมฉลองในความสำเร็จ

10. การให้รางวัลสำหรับผลการปฏิบัติงานด้านนวัตกรรม ทั้งรางวัลที่เป็นตัวเงินและวัตถุต่าง ๆ จะช่วยให้พนักงานมีความพยายามในการสร้างนวัตกรรมมากขึ้น

11. การให้ทรัพยากรทั้งเวลาและเงิน

12. ผู้นำต้องคอยติดตามกระบวนการทำงานของพนักงาน เพื่อให้แน่ใจว่างานนั้นจะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

13. การมอบหมายงานที่ท้าทายให้กับพนักงาน และให้พนักงานมีความมุ่งมั่นในการทำงานที่ได้รับมอบหมาย

Carlo, Francesco, Jean-Sébastien and Adalgisa (2015: 558) ได้ศึกษาถึงความเชื่อมโยงของรูปแบบของผู้นำกับพฤติกรรมการทำงานด้านนวัตกรรมขององค์กร พบว่าองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการทำงานด้านนวัตกรรมของพนักงานในองค์กร คือ 1) การทำงานเป็นทีม (Teamwork) 2) การแบ่งปันข้อมูล (Information sharing) และ 3) ความเป็นผู้นำแบบมีส่วนร่วม (Participative leadership)

Ailin and Lindgren (2008) กล่าวว่า ภาวะผู้นำด้านนวัตกรรมจะต้องมีวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมและต้องมีความเชื่อว่านวัตกรรมเป็นกลไกที่สำคัญที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ มีความที่มุ่งมั่นในการริเริ่มการสร้างนวัตกรรม ดังนั้น ภาวะผู้นำด้านนวัตกรรมจะต้องมีบทบาทในระดับกลยุทธ์และระดับปฏิบัติการด้านนวัตกรรม คือต้องมีเทคนิคในการจัดการนวัตกรรม และผู้นำจะต้องตระหนักถึงความสำคัญของการมีเครือข่ายและพันธมิตรด้านนวัตกรรมด้วย

อรอนงค์ โรจน์วัฒนบุลย์ (2554) พบว่า ผู้นำเชิงนวัตกรรมมีองค์ประกอบของคุณลักษณะต่าง ๆ ที่สำคัญ 4 ด้าน คือ

องค์ประกอบที่ 1 คุณลักษณะด้านบุคลิกภาพ (Personality) ประกอบด้วย 1) ความมีคุณธรรม (Integrity) 2) กล้าเสี่ยง กล้าเปลี่ยนแปลง (Risk Takers) 3) มีจิตใจเปิดกว้างเป็นผู้ฟังที่ดี (Opened Minded) 4) มีจิตวิญญาณผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Instinct) 5) ชอบความท้าทาย (Challenge Rule and Past Practices) และ 6) เชื่อในสัญชาตญาณ (Intuition Minded)

องค์ประกอบที่ 2 คุณลักษณะด้านทักษะ (Skills) ประกอบด้วย 1) วิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง (Visionary and Leading Change) 2) การถ่ายทอดความคิดสู่การปฏิบัติ (Alignment and Execution) 3) ความสามารถในการเรียนรู้ (Capability to Learn) 4) สมรรถนะในการกระตุ้นการสร้างนวัตกรรม (Encourage Innovation) 5) ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) 6) การสร้างความไว้วางใจ (Trusted Influence) 7) การขับเคลื่อนผลลัพธ์ (Drive Results and Outcomes) และ 8) การแก้ไขปัญหา (Problem Solving)

องค์ประกอบที่ 3 คุณลักษณะด้านบทบาทหน้าที่ (Roles) ประกอบด้วย 1) บทบาทการเป็นผู้นำความคิด (Idea Champion) 2) เป็นแบบอย่างที่ดี (Positive Role Model) 3) บทบาทการเป็นผู้นำ

ทีม การมีส่วนร่วม (Team Leader, Participating) 4) การสร้างบรรยากาศ องค์การแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization) 5) การเป็นผู้อำนวยความสะดวก (Facilitator) และ 6) หน้าที่การให้รางวัลความสำเร็จ (Reward Success)

องค์ประกอบที่ 4 คุณลักษณะด้านทางสังคม (Social Characteristics) ประกอบด้วย 1) การจูงใจผู้อื่น (Motivating Others) 2) การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ (Communication) 3) มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ (Emotional Intelligence) 4) มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) และ 5) การสร้างเครือข่ายและสายสัมพันธ์ (Network and Connection)

จากการศึกษาของ Michael , Erin , Cory and Tristan (2017, บทคัดย่อ) พบว่าทักษะสำคัญ 9 ประการในการแก้ปัญหาของผู้นำประกอบด้วย 1) การกำหนดปัญหา (problem definition) 2) การวิเคราะห์สาเหตุ/เป้าหมาย (cause/goal analysis) 3) การวิเคราะห์ข้อจำกัด (constraint analysis) 4) การวางแผน (planning) 5) การคาดการณ์ (forecasting) 6) การคิดสร้างสรรค์ (creative thinking) 7) การประเมินผลความคิด (idea evaluation) 8) ภูมิปัญญา (wisdom) และ 9) วิสัยทัศน์ (visioning)

จากที่กล่าวมาพบว่า คุณลักษณะของผู้นำเชิงนวัตกรรมมีการนำเสนอที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงสังเคราะห์องค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม โดยพิจารณาจากแนวคิดของ Michael , Erin , Cory and Tristan (2017), Horth and Vehar (2012) และ อรอนงค์ โรจน์วิฒนบุญ (2553) เป็นหลัก จำนวน 5 องค์ประกอบ คือ 1) การมีวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง 2) ความคิดสร้างสรรค์ 3) การทำงานเป็นทีมและมีส่วนร่วม 4) ความมีจริยธรรม และ 5) บรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (ดูตารางที่ 2.2)

ตารางที่ 2.2 สรุปคุณลักษณะและสังเคราะห์องค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม

องค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม	Quinn (1991)	Higgins (1995)	Adair (1996)	Horth and Vehar (2012)	Tidd and others (2001)	Kuczarski (2003)	Hay Group (2005)	Von Stamm (2008)	Sununta and Bechter (2001)	Institute of Work Psychology (2003)	Jong and Den Hartog (2007)	Lindgaard (2009)	George et al. (2012)	Watt (2002)	Carlo, Francesco, Jean-Sebastien and Adalgisa (2014)	Ailin and Lindgren (2008)	อรอนงค์ โรจน์วัฒนาบุสย์ (2554)	Michael , Erin, Cory and Tristan (2017)
การมีวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง												✓	✓	✓			✓	✓
วิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ในการสร้างนวัตกรรมที่ชัดเจน	✓	✓			✓	✓		✓								✓		
ตั้งวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ ที่เน้นการเติบโตขององค์กร									✓									
การเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating)																	✓	
สื่อสารถ่ายทอดวิสัยทัศน์และให้แนวทางการปฏิบัติและดำเนินกิจกรรม		✓									✓					✓		
ความมุ่งมั่นในการริเริ่มการสร้างนวัตกรรม																✓		

ตารางที่ 2.2 สรุปคุณลักษณะและสังเคราะห์องค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (ต่อ)

องค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม	Quinn (1991)	Higgins (1995)	Adair (1996)	Horth and Vehar (2012)	Tidd and others (2001)	Kuczmariski (2003)	Hay Group (2005)	Von Stamm (2008)	Sununta and Bechter (2001)	Institute of Work Psychology (2003)	Jong and Den Hartog (2007)	Lindegaard (2009)	George et al. (2012)	Watt (2002)	Carlo, Francesco, Jean-Sébastien and Adalgisa (2014)	Ailin and Lindgren (2008)อร	อรอนงค์ โรจน์พัฒนบุลย์ (2554)	Michael , Erin, Cory and Tristan (2017)
การกระตุ้น และการสร้างความมั่นใจให้กับพนักงาน										✓	✓						✓	
การจัดการข้อมูลย้อนกลับ การแบ่งปันข้อมูล											✓				✓		✓	
การใช้ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลง		✓															✓	
สร้างการมีส่วนร่วมในกระบวนการนวัตกรรม				✓														
การทำงานเป็นทีม สร้างทีมข้ามสายงาน						✓	✓								✓			
การกระจายงาน การให้อำนาจแก่พนักงาน											✓							
การมอบหมายงานที่ท้าทายและสร้างความมุ่งมั่นในการทำงาน	✓																	
การขับเคลื่อนผลลัพธ์																	✓	

ตารางที่ 2.2 สรุปคุณลักษณะและสังเคราะห์องค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (ต่อ)

องค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม	Quinn (1991)	Higgins (1995)	Adair (1996)	Horth and Vohar (2012)	Tidd and others (2001)	Kuczarski (2003)	Hay Group (2005)	Von Stamm (2008)	Sununta and Bechter (2001)	Institute of Work Psychology (2003)	Jong and Den Hartog (2007)	Lindgaard (2009)	George et al. (2012)	Watt (2002)	Carlo, Francesco, Jean-Sébastien and Adalgisa (2014)	Ailin and Lindgren (2008)	อรอนงค์ โรจน์วิวัฒน์บุษย์ (2554)	Michael , Erin, Cory and Tristan (2017)
การเป็นที่ปรึกษา											✓						✓	
การนับถือ การชื่นชม หรือแสดงความนับถือพนักงาน											✓							
การสร้างควมไว้วางใจ																	✓	
ความมีจริยธรรม												✓	✓	✓			✓	
การยอมรับความผิดพลาดหรือความล้มเหลว		✓																
ความรับผิดชอบต่อสังคม																	✓	
ไม่ด่วนตัดสินความคิดของพนักงานว่าถูกหรือผิด		✓									✓							
วุฒิภาวะทางอารมณ์																	✓	

ตารางที่ 2.2 สรุปคุณลักษณะและสังเคราะห์องค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (ต่อ)

องค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม	Quinn (1991)	Higgins (1995)	Adair (1996)	Horth and Vehir (2012)	Tidd and others (2001)	Kuczarski (2003)	Hay Group (2005)	Von Stamm (2008)	Sununta and Bechter (2001)	Institute of Work Psychology (2003)	Jong and Den Hartog (2007)	Lindgaard (2009)	George et al. (2012)	Watt (2002)	Carlo, Francesco, Jean-Sébastien and Adalgisa (2014)	Ailin and Lindgren (2008)	อรอนงค์ โรจน์วิวัฒน์บุณย์ (2554)	Michael , Erin, Cory and Tristan (2017)
บรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม												✓	✓	✓				
การจัดการบุคลากรด้านนวัตกรรม		✓																
การสนับสนุนและสร้างความมั่นใจในการทำงาน				✓														
สนับสนุนพนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์				✓														
การสอนงาน							✓											
การกระตุ้นให้เผยแพร่ความรู้											✓							
การให้รางวัลสำหรับผลการปฏิบัติงาน											✓							✓
การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้													✓					✓

ตารางที่ 2.2 สรุปคุณลักษณะและสังเคราะห์องค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (ต่อ)

องค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม	Quinn (1991)	Higgins (1995)	Adair (1996)	Horth and Vehar (2012)	Tidd and others (2001)	Kuczarski (2003)	Hay Group (2005)	Von Stamm (2008)	Sununta and Bechter (2001)	Institute of Work Psychology (2003)	Jong and Den Hartog (2007)	Lindgaard (2009)	George et al. (2012)	Watt (2002)	Carlo, Francesco, Jean-Sébastien and Adalgisa (2014)	Ailin and Lindgren (2008)	อรอนงค์ โรจน์วัฒนะบุญชัย (2554)	Michael , Erin, Cory and Tristan (2017)
บรรยากาศที่สนับสนุนและกระตุ้นให้บุคลากรในองค์การสร้างนวัตกรรม	✓																	
พัฒนาสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมให้พนักงาน								✓										
บรรยากาศในองค์การที่เอื้อต่อการมีความคิดสร้างสรรค์										✓								
การติดตามกระบวนการทำงานของพนักงาน											✓							
การให้ทรัพยากรทางด้านเวลาและเงิน										✓								

2.1.5 องค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม

การมีวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง (Visionary and Leading Change)

ผ่านมาได้มีการศึกษาพฤติกรรมภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์โดยเน้นพฤติกรรมหลัก ที่สำคัญคือ ความเป็นผู้นำในการทำงานที่ท้าทาย มีความสามารถในการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ และส่งเสริมสมาชิกให้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีแรงบันดาลใจและกระตือรือร้นโดยการทำให้เกิดวิสัยทัศน์ร่วมกันกับสมาชิก และมีการส่งเสริมการทำงานเป็นทีมให้การสนับสนุนสมาชิก ทำตนเป็นต้นแบบตัวอย่างที่ดีแก่สมาชิก นำมาซึ่งการบรรลุความสำเร็จสูงสุดในการปฏิบัติงานอย่างแท้จริง ซึ่งสามารถแยกเป็นองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ที่สำคัญ ประกอบด้วย การสร้างวิสัยทัศน์ (formulating) การเผยแพร่วิสัยทัศน์ (articulating) การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (implementing) การเป็นแบบอย่างที่ดี (role model) และการประเมินวิสัยทัศน์ (evaluating) (Bennis and Nanus, 1985; Anika, Astrid, Diana, Sven and Daniela, 2015; Williams, 2005; Sooksan and Gayle, 2010; Sooksan and Gayle, 2010; Herman and Warren, 2014)

Hickman and Silva (1984) ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ไว้ดังนี้ คือ เป็นการเสาะแสวงหาอุดมคติ แนวคิด และวิธีการของการคิดที่ชัดเจนจนวิสัยทัศน์นั้นตกผลึก การทำวิสัยทัศน์ให้ชัดเจนเพื่อให้ง่ายต่อการยึดติดกับปรัชญาที่บูรณาการทิศทางของกลยุทธ์และความเชื่อทางวัฒนธรรม การกระตุ้นสมาชิกในองค์กรให้รับเอาวิสัยทัศน์โดยผ่านการโน้มน้าวที่ถาวรและจัดทำตัวอย่างให้ดูสำหรับงานที่ยาก การสร้างพันธสัญญากับสมาชิกในองค์กรในทุกระดับ พยายามให้ความเข้าใจในความเกี่ยวข้องและผลกระทบของวิสัยทัศน์ที่จะเกิดขึ้นกับพวกเขา การแสดงออกในทางอบอุ่นเกื้อหนุน การแปลความหมายวิสัยทัศน์สู่เหตุผลสำหรับความเป็นอยู่สำหรับสมาชิกแต่ละคน ให้ความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องของแต่ละความรู้สึกของบุคลากรให้ความเป็นห่วงกังวลในงาน การสร้างความมั่นใจให้กับผลสำเร็จของวิสัยทัศน์ สามารถแยกเป็นองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ที่สำคัญ ประกอบด้วย การสร้างวิสัยทัศน์ (Formulating) การเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating) การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing) การเป็นแบบอย่างที่ดี (Role model) การมีส่วนร่วม (Participant) การสร้างนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลง (Innovation and Transformation) และการประเมินวิสัยทัศน์ (Evaluating) ซึ่งสอดคล้องกับ Zaccaro and Banks (2004) ที่ศึกษาพฤติกรรมภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมที่บ่งบอกถึงความเป็นผู้นำเชิงวิสัยทัศน์นั้น ประกอบด้วย การกำหนดวิสัยทัศน์ที่ต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคต และการสื่อสารให้ผู้อื่นทราบด้วยคำพูด การกระทำ เพื่อให้มองเห็นภาพในผลสำเร็จที่ต้องการ ผู้นำจะสร้างความไว้วางใจและให้ความสำคัญกับผู้อื่นมากกว่าตนเอง ซึ่งสามารถแยกเป็นองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ที่สำคัญประกอบด้วย การสร้างวิสัยทัศน์ (Formulating) การเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating) การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing) การสร้างความไว้วางใจ (Trust) และการ

ให้ความสำคัญกับผู้อื่น และ Westley and Mintzberg (2003) ได้กล่าวไว้ว่า ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ คือ กระบวนการที่เป็นพลวัตมีขั้นตอน 3 ขั้นตอนดังนี้คือ การสร้างภาพลักษณ์ (Image) เป็นภาพที่พึงประสงค์ในอนาคตขององค์กรนั้นคือ วิสัยทัศน์ หลังจากนั้น ผู้นำจะต้องมีความสามารถในการสื่อสารเพื่อให้เกิดวิสัยทัศน์ร่วม (Share Vision) แล้วให้อำนาจการตัดสินใจแก่ผู้ตาม (Empowered) เพื่อให้สมาชิกสามารถนำวิสัยทัศน์ร่วมสู่การปฏิบัติให้เป็นจริง สามารถแยกเป็นองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ที่สำคัญ ประกอบด้วย การสร้างวิสัยทัศน์ (Formulating) การเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating) การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing) การมอบอำนาจ (Empowerment) การคิดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Thinking) การคิดสร้างสรรค์ (Creative) ผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent) และการยึดมั่นในอุดมการณ์ (Idealized) และ LeSourd (1990) ได้ศึกษาพฤติกรรมภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร พบว่า ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารจะมีพฤติกรรมเน้นไปที่การกำหนดวิสัยทัศน์สร้างแรงจูงใจสูงด้วยความเชื่อส่วนบุคคล มีความมุ่งมั่นที่จะบรรลุเป้าหมายของโรงเรียน การให้ความสำคัญกับค่านิยม อุดมการณ์ของโรงเรียนจากการมีส่วนร่วม มุ่งเน้นสู่นวัตกรรมใหม่ ๆ มองเห็นภาพในอนาคตที่ดีกว่า ซึ่งสามารถแยกเป็นองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ที่สำคัญ ประกอบด้วย การสร้างวิสัยทัศน์ (Formulating) การเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating) การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing) การมีส่วนร่วม (Participant) และการสร้างนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลง (Innovation and Transformation)

Kapur (2011) ได้ศึกษาองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสามารถแยกเป็นองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ที่สำคัญ ประกอบด้วย การสร้างวิสัยทัศน์ (Formulating) การเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating) การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing) และการเป็นแบบอย่างที่ดี (Role Model) สอดคล้องกับการศึกษาของ Paul, Kelsey E. Medeiros, Michael D. Mumford (2015) ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์จะเป็นผู้นำที่มีลักษณะเป็นเยี่ยมในด้านการติดต่อสื่อสารและด้านการกำหนดวิสัยทัศน์แล้วปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ที่วางไว้ และยังเป็นผู้นำที่สร้างสรรค์สิ่งที่มีลักษณะเฉพาะ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยเริ่มต้นลงมือปฏิบัติแล้วกระตุ้นขอความร่วมมือขอรับการสนับสนุนจากบุคคลอื่น ๆ เพื่อนำพาวิสัยทัศน์ไปสู่ความสำเร็จ ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์จะสามารถคิดนอกกรอบและสามารถมองเห็นภาพรวมของสิ่งที่ต้องการจะเป็นในอนาคตได้ทั้งหมด ซึ่งคุณลักษณะภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ประกอบด้วย ความเป็นผู้มีควมรับผิดชอบต่อวิสัยทัศน์ เป็นผู้มีวิสัยทัศน์และแรงบันดาลใจที่เด่นชัดสำหรับองค์กร เป็นผู้ที่เสริมสร้างพลังอำนาจในด้านความสัมพันธ์ของคนในองค์กรและเป็นที่เคารพนับถือของผู้ตาม เป็นผู้ที่อุทิศตนเพื่อการเปลี่ยนแปลง เป็นผู้ที่มีความกล้าต่อการลงมือปฏิบัติ เป็นผู้ที่มีแนวคิดสร้างสรรค์พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลง สามารถแยกเป็นองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ที่สำคัญ ประกอบด้วย การ

สร้างวิสัยทัศน์ (Formulating) การเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating) การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing) และการเป็นแบบอย่างที่ดี (Role Model)

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า ผู้วิจัยได้พิจารณาองค์ประกอบของการมีวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ 1) การสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating) 2) การเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating) 3) การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing) และ 4) การเป็นแบบอย่างที่ดี (Role model)

มาตรวัดตัวแปรการมีวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง

มาตรวัดตัวแปรการมีวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง สามารถแบ่งได้ดังนี้

1. การสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating) คือ การแสดงออกของผู้นำองค์กรถึงการสร้างภาพอนาคตขององค์กรที่เป็นเอกลักษณ์ เพื่อขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ (Michael, Erin, Cory and Tristan, 2017)

2. การเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating) คือ การแสดงออกของผู้นำองค์กรในการสื่อสารภาพลักษณ์ในอนาคตขององค์กรสู่พนักงาน รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องของผู้นำองค์กร (Michael, Erin, Cory and Tristan, 2017)

3. การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing) คือ การแสดงออกของผู้นำองค์กรในการนำวิสัยทัศน์ที่สร้างขึ้นไปสู่การปฏิบัติจริงภายในองค์กร เพื่อให้วิสัยทัศน์นั้นประสบความสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วย การกำหนดยุทธศาสตร์ การจัดโครงสร้างองค์กร การกระจายอำนาจ การเก็บรวบรวมและศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ การสนับสนุนให้มีการนำเอานวัตกรรมมาใช้ (Paul, Gene and Julie, 2015)

4. การเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model) คือ การแสดงออกของผู้นำองค์กรถึงการปฏิบัติตัวตามค่านิยม คุณธรรมและวัฒนธรรมอันดีงาม การแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์และยุติธรรม และการสร้างพนักงานต้นแบบในด้านต่าง ๆ (Michael and Linda, 2015)

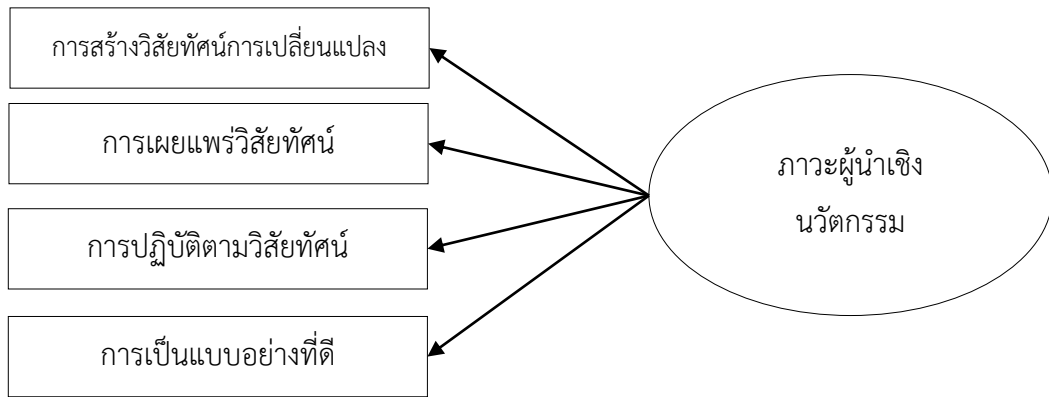
จากที่กล่าวมาผู้วิจัยได้องค์ประกอบของการมีวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง คือ

1) การสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating) ตามแนวคิดของ Kapur (2011) และ Michael, Erin, Cory and Tristan (2017)

2) การเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating) ตามแนวคิดของ Kapur (2011) และ Michael, Erin, Cory and Tristan (2017)

3) การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing) ตามแนวคิดของ Kapur (2011) และ Paul, Gene and Julie (2015)

4) การเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model) ตามแนวคิดของ Kapur (2011) และ Michael and Linda (2015) ดังแสดงในภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม

ความคิดสร้างสรรค์ (Create Thinking)

ความคิดสร้างสรรค์หมายถึงการพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ ที่มีประโยชน์ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกระบวนการ ความคิดสร้างสรรค์เกิดขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์ทักษะและความเชี่ยวชาญที่สร้างสรรค์ของแต่ละบุคคลซึ่งอิงจากการศึกษาที่เป็นทางการของเขาและประสบการณ์ที่ผ่านมา ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานอาจนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันสำหรับองค์กร ดังนั้นจึงถือว่าเป็นหนึ่งในแง่มุมที่สำคัญที่สุดของสภาพแวดล้อมขององค์กร เป็นกระบวนการที่ก้าวล้ำไปกับพฤติกรรมปกติหรือกิจวัตรประจำวันซึ่งพนักงานได้รับผลสำเร็จ ทักษะคิดเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานจะเพิ่มมูลค่าให้กับองค์กร (Jeevan and Manisha, 2014: 78)

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบันช่วยให้องค์กรต่าง ๆ สร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อให้มั่นใจว่าองค์กรของพวกเขาอยู่รอดได้ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนและสามารถแข่งขันได้ องค์กรต้องให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กรที่สร้างสรรค์และสร้างสรรค์เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพและความสำเร็จ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมนั้นสามารถใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตขององค์กร (Ashkan, 2016: 1117) การค้นคว้าวิจัยต่าง ๆ พบว่าการสร้างสรรค์และสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมการณ์เป็นผู้นำ (Naim, Raed and Yun, 2012: 183)

Bennis (2002:) ได้สรุปองค์ประกอบเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ไว้ในบทความชื่อ “Creative Leadership” ไว้ว่า องค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์จะเกี่ยวข้องกับคนเกี่ยวข้องกับความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจในการบริหารจัดการระบบ โครงสร้าง กระบวนการ การควบคุม ซึ่งมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้ 1) วิสัยทัศน์ (vision) 2) ความไว้วางใจ (trust) 3) การมุ่งความสำเร็จ (success) และ 4) ความยืดหยุ่น (flexibility) ซึ่งสอดคล้องกับ Palus and Horth (2002) ที่กล่าวถึงมิติและสมรรถนะที่มีประสิทธิภาพของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ว่าประกอบด้วย

1) การให้ความสนใจ (paying attention) 2) บุคลิกภาพ (personalizing) 3) จินตนาการ (Imagine) 4) ความมุ่งมั่น ทุ่มเท (serious play) 5) การให้ความร่วมมือ (collaborative inquiry) และ 6) การสร้างจิตสำนึก (crafting) และ Casse and Claudel (2007), Ashiqur (2016) ได้สรุปองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ในหนังสือ Philosophy for Creative Leadership ไว้ว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ประกอบไปด้วย 1) จินตนาการ (Imagination) และ 2) ความยืดหยุ่น (Flexibility)

จากที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้พิจารณาองค์ประกอบที่มีความถี่สูง (ในที่นี้คือความถี่ตั้งแต่ 2 ขึ้นไป) ได้องค์ประกอบ ดังนี้ จินตนาการ (Imagination) และความยืดหยุ่น (Flexibility)

มาตรวัดตัวแปรความคิดสร้างสรรค์

มาตรวัดตัวแปรความคิดสร้างสรรค์ สามารถแบ่งได้ดังนี้

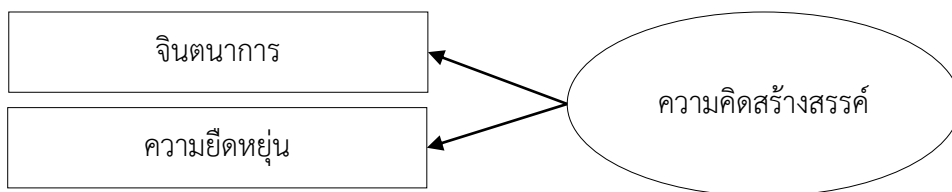
1. จินตนาการ (imagination) คือการแสดงออกของผู้นำองค์การถึงกระบวนการคิดวิเคราะห์และแก้ปัญหาที่แปลกใหม่ที่จะนำไปสู่กระบวนการสร้างสรรค์พัฒนางานให้เกิดนวัตกรรมในการทำงาน (Ashiqur, 2016)

2. ความยืดหยุ่น (flexibility) คือ การแสดงออกของผู้นำองค์การถึงการกระตุ้นให้พนักงานมีทางเลือกหรือสร้างทางเลือกเพื่อส่งเสริมให้พนักงานประยุกต์วิธีการปฏิบัติงานได้หลากหลาย (Ashiqur, 2016)

จากที่กล่าวมาผู้วิจัยได้องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ 2 องค์ประกอบ คือ

1. จินตนาการ (imagination) ตามแนวคิดของ Casse and Claudel (2007) และ Ashiqur (2016)

2. ความยืดหยุ่น (flexibility) ตามแนวคิดของ Casse and Claudel (2007) และ Ashiqur (2016) ดังแสดงในภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.2 องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์

การทำงานเป็นทีมและมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation)

Wiig (1977) ได้ให้ความหมายของการทำงานเป็นทีมว่า เป็นขบวนการขั้นพื้นฐานในการพัฒนาบุคคลที่ทำงานร่วมกันให้เรียนรู้ว่า จะต้องดำเนินการอย่างไร จึงจะบรรลุเป้าหมายของแต่ละคน และขณะเดียวกันก็บรรลุเป้าหมายของทีมเป็นอย่างดี ต้องประกอบด้วย 1) กำหนดบทบาทของสมาชิก 2) การสื่อสาร 3) ประสานงาน 4) ร่วมกันแก้ปัญหา 5) การรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของทีม สอดคล้องกับการศึกษาของ Sean, Sangeetha, Caroline, Nicola, Jenny and Jane (2015), Jongseok, Youngbae และ Jeong-Yeon and Daniel (2015) ผู้นำองค์กรและพนักงานมีการทำงานร่วมกัน เปิดให้พนักงานสะท้อนการทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่องและเสนอแนะแนวทางในการทำงาน รวมถึงสร้างความสัมพันธ์อันเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันระหว่างผู้นำองค์กรกับพนักงานและระหว่างพนักงานด้วยกันเอง

จากที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้พิจารณาองค์ประกอบได้องค์ประกอบคือ 1) บทบาทของสมาชิก (Member's role) 2) การมีเป้าหมายร่วม (Share vision) 3) การมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns) และ 4) มนุษย์สัมพันธ์ (Relations)

มาตรวัดตัวแปรการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม

มาตรวัดตัวแปรการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม สามารถแบ่งได้ดังนี้

1. บทบาทของสมาชิก (Member's role) คือ การแสดงออกของผู้นำองค์กรปฏิบัติตามสิทธิและหน้าที่ที่ได้รับ เพื่อให้ผู้นำองค์กรและพนักงานมีการทำงานร่วมกัน รวมทั้งสามารถคาดการณ์พฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นได้ (Richard, Kylie and Scott, 2015)

2. การมีเป้าหมายร่วม (Share vision) คือ การแสดงออกของผู้นำองค์กรถึงการกำหนดสิ่งที่ต้องการในอนาคต ที่ผู้นำองค์กรเปิดให้พนักงานสะท้อนการทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่องและเสนอแนะแนวทางในการทำงาน (Fenwick, Gayle and Harald, 2014)

3. การมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns) คือ การแสดงออกของผู้นำองค์กรที่ส่งเสริมการปฏิบัติงานร่วมกันในการถ่ายทอดความรู้และแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมเพื่อใช้ให้การทำงานมีประสิทธิภาพทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ (Jennifer et al., 2016)

4. มนุษย์สัมพันธ์ (Relations) คือการแสดงออกของผู้นำองค์กรในการสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันระหว่างผู้นำองค์กรกับพนักงานและระหว่างพนักงานด้วยกันเอง (Richard, Kylie and Scott, 2015)

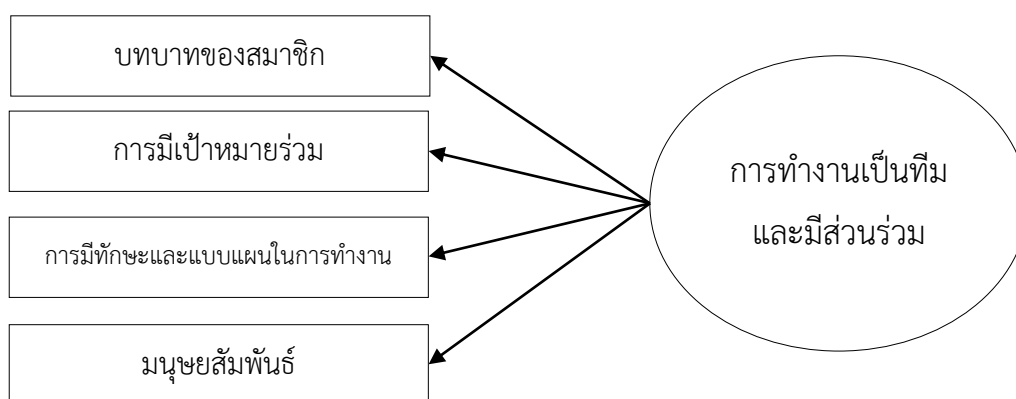
จากที่กล่าวมาผู้วิจัยได้องค์ประกอบของการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม คือ

1) บทบาทของสมาชิก (Member's role) ตามแนวคิดของ Richard, Kylie and Scott (2015)

2) การมีเป้าหมายร่วม (Share vision) ตามแนวคิดของ Fenwick, Gayle and Harald (2014)

3) การมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns) ตามแนวคิดของ Jennifer et al. (2016)

4) มนุษยสัมพันธ์ (Relations) ตามแนวคิดของ Richard, Kylie and Scott (2015) ดังแสดงในภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.3 องค์ประกอบของการทำงานเป็นทีมและมีส่วนร่วม

ความมีจริยธรรม (Ethics)

Gholamshahi and Seyyed (2012) ได้ศึกษาผลกระทบและค่านิยมของจริยธรรมของบุคลากรบริษัท Bu Ali Sina โดยผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างจริยธรรมวิชาชีพกับความมุ่งมั่นขององค์กร Bernard and Pual (1999) ระบุว่า การเป็นผู้นำต้องมีพื้นฐานมาจากพื้นฐานทางจริยธรรม องค์ประกอบทั้งสามของความเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงที่แท้จริง 1) ลักษณะทางจริยธรรมของผู้นำและความห่วงใยของตนเอง และคนอื่น ๆ 2) ค่านิยมทางจริยธรรมที่ฝังอยู่ในวิสัยทัศน์การพูดประคบและโปรแกรมของผู้นำซึ่งผู้ติดตามสามารถยอมรับหรือปฏิเสธได้ และ 3) ศีลธรรมของกระบวนการทางจริยธรรมทางสังคมและการกระทำที่ผู้นำและผู้ติดตามมีส่วนร่วมและติดตามอย่างทั่วถึง ในขณะที่ David (1979) ได้จำแนกองค์ประกอบทางจริยธรรม โดย David เชื่อว่ากระบวนการสัมพันธ์ 3 องค์ประกอบที่มีอิสระจากกัน ได้แก่ 1) ความคิดทางจริยธรรม (Moral thought) 2) ความรู้สึกทางจริยธรรม (Moral feeling) 3) พฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral behavior)

Shukurat (2012) พบว่าลักษณะของผู้นำด้านจริยธรรม และความเป็นผู้นำด้านจริยธรรมส่งผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานและการพัฒนาภาวะผู้นำขององค์กร ผู้นำขององค์กรจะเป็นบุคคลที่มีภาวะผู้นำที่แข็งแกร่ง และเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับพนักงานของตน สองตัว

แปรที่สำคัญ คือ ความไว้วางใจและความมุ่งมั่น เพื่อให้เข้าใจถึงความเป็นผู้นำทางจริยธรรมและผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ดี

Sheldene, Julian and Nick (2010), Chanadda, Pongkamon and Pitchada (2014) ศึกษาองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมพบว่ามี 3 มิติคือ 1) บทบาทของผู้นำด้านจริยธรรม 2) การจัดการด้านจริยธรรมและ 3) การพัฒนาด้านจริยธรรมและพฤติกรรม สอดคล้องกับสุชาสินี แม้นญาติ (2554) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างปัจจัยที่ส่งผลต่อภาวะผู้นำเชิงจริยธรรม พบว่ามี 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาวะผู้นำ ได้แก่ 1) คุณลักษณะของผู้บริการ 2) สถานการณ์ 3) บรรยากาศองค์การทางจริยธรรม และ 4) วัฒนธรรมองค์การที่เน้นจริยธรรม

จากที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้พิจารณาองค์ประกอบได้องค์ประกอบคือ 1) ความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition) 2) พฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior) แต่ผู้วิจัยได้เพิ่ม 3) สภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment) เพราะสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม เช่น วัฒนธรรมองค์การและบรรยากาศองค์การเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อคุณธรรมและจริยธรรมของผู้นำ (สุชาสินี แม้นญาติ, 2554)

มาตรวัดตัวแปรความมีจริยธรรม

มาตรวัดตัวแปรความมีจริยธรรม สามารถแบ่งได้ดังนี้

1. ความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition) คือการแสดงออกของผู้นำองค์การที่แสดงถึงความรู้และความตระหนักในฐานะผู้ใช้กฎหมาย หลักธรรมาภิบาลและความถูกต้องของการปฏิบัติงาน (Steffen, Niels, Suzanne, Daan and Janine, 2015)

2. พฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior) คือการแสดงออกของผู้นำองค์การที่ปฏิบัติตามหลักความรับผิดชอบ มีจริยธรรมในการพัฒนานวัตกรรม และต้องรับผิดชอบต่อผลที่ตามมาภายหลังจากการตัดสินใจ (Gholamshahi and Seyyed, 2012; Emmett, 2016)

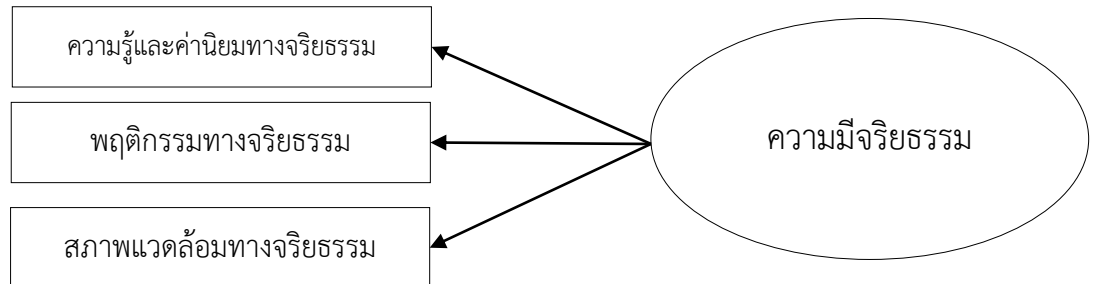
3. สภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment) คือ บริบทที่อยู่ล้อมรอบตัวผู้นำองค์การอาจจะเป็นบุคคล กลุ่มบุคคล หรือสิ่งของ อันได้แก่ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ สภาพแวดล้อมทางสังคมหรือวัฒนธรรม ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้นำองค์การในการเลือกตัดสินใจ (สุชาสินี แม้นญาติ, 2554)

จากที่กล่าวมาผู้วิจัยได้องค์ประกอบของความมีจริยธรรม คือ

1) ความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition) ตามแนวคิดของ Steffen, Niels, Suzanne, Daan and Janine (2015)

2) พฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior) ตามแนวคิดของ Gholamshahi and Seyyed (2012) และ Emmett (2016)

3) สภาพแวดล้อมทาง (Moral Environment) ตามแนวคิดของ สุธาสนี แม้นญาติ (2554) ดังแสดงในภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.4 องค์ประกอบของความมีจริยธรรม

บรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization)

กลไกในการสร้างองค์การแห่งนวัตกรรมให้ประสบความสำเร็จนั้น องค์ประกอบที่สำคัญคือ องค์การจะต้องมีการเชื่อมโยงระหว่างทีมงานและองค์ความรู้ต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์การ เข้าด้วยกัน พร้อมทั้งต้องมีการกำหนดเป้าหมาย ทิศทาง รูปแบบองค์การและวิธีการปฏิบัติงานของ องค์การให้ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ รวมถึงต้องมีการกระตุ้นและจูงใจบุคลากรในแต่ละส่วนงานให้ เกิดความมุ่งมั่นที่จะทำงานในส่วนของตนให้สอดคล้องและเกิดการประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ ทั้ง ภายในและภายนอกองค์การ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการสร้างคุณค่าแก่องค์การร่วมกัน รวมถึง ต้องอาศัยผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ที่คอยให้การสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง มีการวางแผนกลยุทธ์ที่ สอดคล้องกับนวัตกรรมและสนับสนุนให้บุคลากรของตนมีความกล้าคิด กล้าทำ นอกจากนั้น ผู้ปฏิบัติงานเองก็ต้องมีการคิดนอกกรอบที่พร้อมจะเรียนรู้และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และพร้อมที่ จะรับฟังความคิดเห็นของบุคคลอื่นอยู่เสมอ รวมถึงมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ให้เกิด ประโยชน์และมีคุณค่าสูงสุด ซึ่งมีลักษณะเหมือนกับกลไกขององค์การแห่งการเรียนรู้ ในที่นี้ผู้วิจัยได้ แทนกันในการหาองค์ประกอบย่อยขององค์การ (Virgile and Naciba,2015; Suk, Kihwan, S.M. Ebrahim and Seung-Wan,2016)

Senge (1994) ให้หลัก 5 ประการของการเรียนรู้ที่จะทำให้เกิดนวัตกรรม ได้แก่ 1) ความ เชี่ยวชาญของบุคคล (Personal mastery) 2) แบบแผนทางความคิด (Mental model) 3) วิสัยทัศน์ ร่วม 4) การเรียนรู้ของทีม และ 5) การคิดเชิงระบบ สอดคล้องกับ Marquardt and Reynold (1994) ที่ระบุว่า องค์การเรียนรู้ที่ดีเหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ ประกอบด้วย 1) มีโครงสร้าง เหมาะสม 2) มีการเรียนรู้วัฒนธรรมองค์การร่วม 3) มอบอำนาจแก่ผู้ปฏิบัติ 4) มีการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อม 5) มีการสร้างและถ่ายโอนความรู้ 6) มีเทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ 7) มุ่งเน้น คุณภาพ 8) มีกลยุทธ์ในการปฏิบัติงาน 9) บรรยากาศสนับสนุน 10) การทำงานเป็นทีม และ 11) มี

วิสัยทัศน์ขององค์การ O'Toole (1971) เห็นว่า องค์การแห่งการเรียนรู้ควรประกอบด้วยลักษณะที่สำคัญ 5 ประการ ได้แก่ 1) มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องในทุกระดับภายในองค์การ 2) มีการสร้างองค์ความรู้และแบ่งปันความรู้ 3) สนับสนุนการคิดอย่างเป็นระบบ 4) สร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ และ

5) ยึดคนเป็นศูนย์กลาง สอดคล้องกับการศึกษาของ Hendry and Henrik (2017) และการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์นั้นมีส่วนสำคัญในการพัฒนาองค์การไปสู่ความเป็นเลิศ (Young, Joo and Kevin, 2017)

จากที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้พิจารณาองค์ประกอบที่ต้องประกอบคือ 1) การให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ 2) การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ 3) การคิดเชิงระบบ และ 4) การใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้

มาตรวัดตัวแปรบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม

มาตรวัดตัวแปรการมีจริยธรรม สามารถแบ่งได้ดังนี้

1. การให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Focus) คือ การแสดงออกของผู้นำองค์การในการส่งเสริม เสริมสร้างแรงจูงใจให้พนักงานในการแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรมและสร้างผลงานที่มีคุณภาพให้แก่องค์การ (Hendry and Henrik, 2017; Young, Joo and Kevin, 2017)

2. การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization) คือ การแสดงออกของผู้นำองค์การในการสร้างบรรยากาศสนับสนุน กระตุ้นให้พนักงานเกิดการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างเต็มศักยภาพและเท่าเทียมกันอย่างต่อเนื่อง (Ozan, Mustafa and Ayce, 2014)

3. การคิดเชิงระบบ (Systematic thinking) คือ การแสดงออกของผู้นำองค์การในการคิดเพื่อพัฒนาองค์การให้มีประสิทธิภาพสูง มีการประเมินสภาพปัญหาในภาพรวมทั้งหมด การคิดเชื่อมโยงระบบต่าง ๆ ประกอบกันเป็นเครือข่าย (Tammi, 2015)

4. การใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support) คือ การแสดงออกของผู้นำองค์การในการส่งเสริมสนับสนุนใช้เครือข่ายเทคโนโลยีและเครื่องมือทางข้อมูลต่าง ๆ ที่ช่วยสนับสนุนคนในองค์การเข้าถึงความรู้และมีการแลกเปลี่ยนสารสนเทศและการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน (Zdenko, Marek, Katarína and Katarína, 2016)

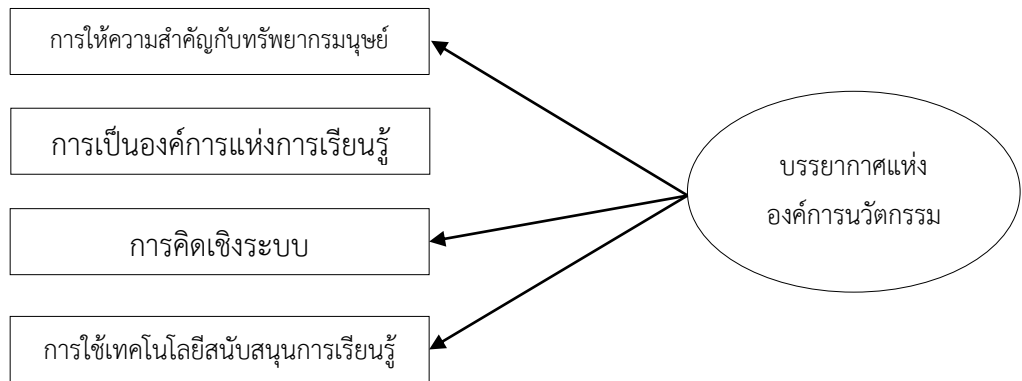
จากที่กล่าวมาผู้วิจัยได้องค์ประกอบของบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม คือ

1. การให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Focus) ตามแนวคิดของ Hendry and Henrik (2017) และ Young, Joo and Kevin (2017)

2. การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization) ตามแนวคิดของ Ozan, Mustafa and Ayce (2014)

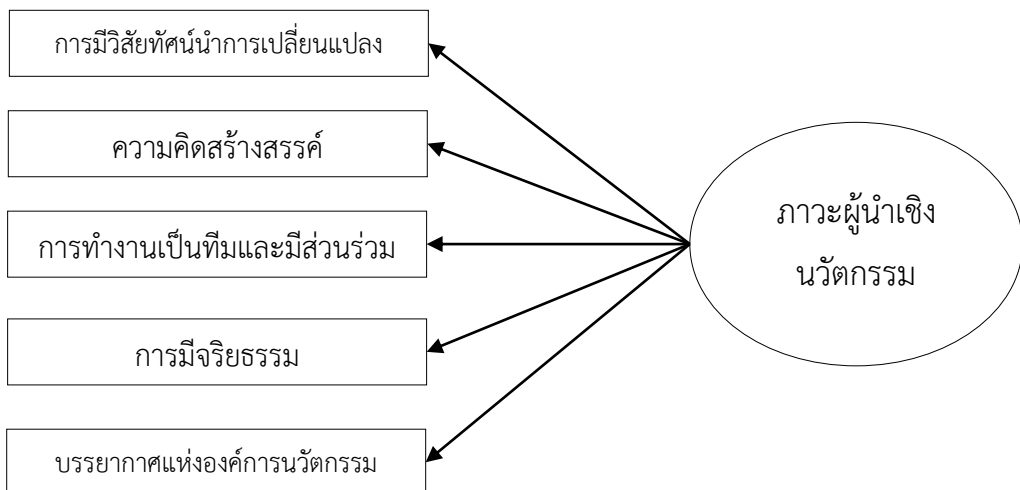
3. การคิดเชิงระบบ (Systematic thinking) ตามแนวคิดของ Tammi (2015)

4. การใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support) ตามแนวคิดของ Zdenko, Marek, Katarína and Katarína (2016) ดังแสดงในภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.5 องค์ประกอบของบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมที่กล่าวมาข้างต้น งานวิจัยนี้จึงกำหนดองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ 1) การมีวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง 2) ความคิดสร้างสรรค์ 3) การทำงานเป็นทีมและมีส่วนร่วม 4) การมีจริยธรรม และ 5) บรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม และสามารถสรุปตัวบ่งชี้ได้ดังนี้



ภาพที่ 2.6 องค์ประกอบของผู้นำเชิงนวัตกรรม

2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน (competitive)

2.2.1 ความหมายของความสามารถในการแข่งขัน

กลยุทธ์การแข่งขัน สามารถเพิ่มประสิทธิภาพของการแข่งขันให้เหนือกว่าคู่แข่ง คือ ต้นทุนที่ต่ำ (low-cost) การสร้างความแตกต่าง (differentiation) และตลาดเฉพาะกลุ่ม (Porter, 1980: 269; Jorge, Eva, Juan, María and Jose, 2015) การประสบผลสำเร็จในด้านการเงิน มาจากผลของโครงสร้างด้านต้นทุนที่ต่ำกว่าอย่างมีนัยสำคัญ (Grant, 1991: 67; Porter, 1980: 269) การลดต้นทุนจะส่งผลการประหยัดโดยตรง (Bohan & Horney, 1991: 309; Campanella, 1990: 123; Kay & Gulzar, 2016) ส่วนกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง จะเป็นอุปสรรคป้องกันไม่ให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามา การสร้างความแตกต่างนี้จะทำให้บริษัทประสบความสำเร็จ การมีผลิตภัณฑ์ซึ่งเหนือชั้นกว่าผู้อื่นจะทำให้บริษัทประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานเหนือกว่าคู่แข่งของตน (Porter, 1980: 37, 1985: 14; Beal & Yasai-Ardekani, 2000, 734; Jorge, Eva, Juan, María and Jose, 2015; Leonidas, Thomas, Paul, Stavroula and Constantine, 2015) ส่วนกลยุทธ์การมุ่งเน้นเฉพาะ แตกต่างจากการลดต้นทุน และกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (differentiation) ซึ่งผู้บริหารจะนำมาใช้กับเป้าหมายเฉพาะของตลาด โดยทำตลาดสินค้าเฉพาะ เป็นตลาดแบบจำกัดเฉพาะกลุ่ม หรือคั่นหากกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นไปได้สูงที่สนใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ

2.2.2 มาตรการความสามารถในการแข่งขัน

ความสำเร็จของ SMEs ภายใต้โลกาภิวัตน์ขึ้นอยู่กับ การนำไปใช้ และนำกลยุทธ์ในการแข่งขันไปปฏิบัติ (Porter, 1980: 269) กลยุทธ์สะท้อนให้เห็นถึงเปลี่ยนแปลงในองค์การทั้งในระยะสั้น และในระยะยาว โดยการบริหารประสิทธิภาพของกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการแข่งขัน และการดำเนินการด้านกลยุทธ์ทางการตลาด เป็นส่วนที่สนับสนุนการบริหารงานของเจ้าของกิจการ (Leonidas, Thomas, Paul, Stavroula and Constantine, 2015: 667) การนำกลยุทธ์ไปสู่ผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการ จะสะท้อนให้เห็นแนวโน้มที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในนวัตกรรมของบริษัท การที่มีบทบาทร่วม การค้นคว้าวิจัย ความเสี่ยงในธุรกิจ การเป็นอิสระและพฤติกรรมการแข่งขันอย่างรุนแรง ผลที่ได้รับคือ ความสำเร็จในเป้าหมายของกลยุทธ์

แนวคิดของโซ่แห่งคุณค่าที่ได้เสนอแนะโดย Porter (1985: 269) ในการส่งเสริมการใช้กลยุทธ์อันหลากหลายที่สามารถสนับสนุนให้ต้นทุนต่ำ การสร้างกลยุทธ์ความแตกต่างหรือการตอบสนองอย่างรวดเร็ว องค์การสามารถปรับปรุงกลยุทธ์ในการแข่งขันอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือกลยุทธ์ทั้งสามอย่างที่จะส่งเสริมการแข่งขันเบื้องต้น (เช่น การขนส่งภายในประเทศ การตลาด หรือกิจกรรมสนับสนุนอื่น ๆ การพัฒนาเทคโนโลยี) Porter ได้เสนอ 3 แนวทางของกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของความสามารถในการแข่งขันให้เหนือกว่าคู่แข่งได้แก่คือ ต้นทุนที่ต่ำ (low-cost) การสร้างความแตกต่าง (differentiation) และการมุ่งเน้นเฉพาะ (focus) ธุรกิจขนาดเล็กจะ

ดำเนินการสร้างกลยุทธ์ในการแข่งขันเพื่อสร้างความเป็นพิเศษของตัวสินค้า ขึ้นอยู่กับขนาดและความมีประสิทธิภาพขององค์กรนั้น ๆ (Porter, 1980: 270) ในกลยุทธ์การแข่งขันด้านราคา องค์กรต้องมีประสิทธิภาพในการควบคุมการจัดซื้อและควบคุมต้นทุนการผลิต ต้นทุนด้านแรงงานและต้นทุนการจัดจำหน่าย ผลสำเร็จในการปรับปรุงการผลิตอย่างต่อเนื่อง ต้นทุนด้านแรงงานและต้นทุนช่องทางการจัดจำหน่าย และการใช้ประโยชน์จากเงินลงทุนให้มีประสิทธิภาพ (Raduan, Haslinda and Alimin, 2010: 331) รูปแบบของผู้นำที่สำคัญที่ได้รับเริ่มโครงสร้างที่มีประสิทธิภาพมีส่วนช่วยนำทิศทางไปข้างหน้าและการควบคุมราคาอย่างเคร่งครัด ในทางตรงข้ามกลยุทธ์ในการแข่งขันเกี่ยวกับความแตกต่างของตัวสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะตัวที่มีคุณภาพ นวัตกรรมใหม่ ๆ และในการบริหารที่มีประสิทธิภาพที่เหนือกว่าในการบริการลูกค้า ตลาดสินค้าแนวใหม่ การออกแบบของนวัตกรรมใหม่ ๆ และสินค้าตามข้อกำหนดของลูกค้า กลยุทธ์ของผู้นำในด้านราคาเสนอให้กับผู้ซื้อ ในการแข่งขันด้านราคาที่ต้องจ่ายจะต้องไม่ลดคุณภาพและบริการ เพราะกลยุทธ์นี้ต้องการราคาที่ต่ำที่สุด และความเป็นไปได้ในการลงทุนและจำเป็นต้องมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่สูง ความหลากหลายของตัวสินค้านั้น การเอาใจใส่ในเรื่องราคา

ได้มีผู้เชี่ยวชาญได้นำกลยุทธ์ทั้งสามมารวมกันเพื่อให้ดำเนินการเป็นประโยชน์กับบริษัท (Porter, 1980: 270; Jorge, Eva, Juan, María and Jose, 2015: 93) ในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ จะต้องพิจารณาเลือกกลยุทธ์ การที่จะใช้กลยุทธ์การเป็นผู้นำราคาที่ต่ำและการสร้างความแตกต่างจะเป็นกลยุทธ์ที่ได้เปรียบของบริษัทใหญ่ ๆ เช่น วัตถุประสงค์ การเข้าถึงเทคโนโลยี สัดส่วนของกำไรและช่องทางการกระจายสินค้า และการขยายตัวของสัดส่วนการตลาด ถึงแม้ว่าบริษัทเล็ก ๆ จะมีสินค้าที่มีนวัตกรรมที่ดี การออกแบบสินค้าที่แตกต่าง หรือสินค้าที่มีคุณภาพดี อาจจะปรับกลยุทธ์ได้รวดเร็ว และยังคงติดต่อกับลูกค้าอย่างใกล้ชิด ฉะนั้นการรวมเอากลยุทธ์ผู้นำด้านราคาและความแตกต่างต้องดูที่ความเหมาะสม สถานการณ์ของการเป็นผู้นำด้านราคาต่ำของบริษัทเล็กเป็นการยาก เพราะไม่สามารถที่จะทำกำไรได้มาก และด้วยเหตุนี้ราคาที่ขายไม่สามารถที่จะต่ำกว่าคู่แข่งได้ (Jose, Juan, Jorge, María abd Eva, 2015: 13) และจะไม่พบบ่อยนักในการใช้กลยุทธ์ในด้านราคาต่ำในบริษัทเล็ก ๆ

1. ต้นทุนที่ต่ำ (low cost) ผู้นำต้นทุนต่ำจะประสบความสำเร็จด้านการดำเนินงานด้านการเงิน โดยมีผลของโครงสร้างด้านต้นทุนที่ต่ำกว่าบริษัทคู่แข่ง การบริหารงานที่ประสบความสำเร็จของความเป็นผู้นำต้นทุนต่ำจำเป็นต้องมีการควบคุมต้นทุนที่เข้มงวด มีการควบคุมการเงินผ่านทางการทำงานงบประมาณ และมีการตั้งเป้าหมายด้านปริมาณ (Grant, 1991: 67; Porter, 1980: 272; Kay & Gulzar, 2016) ความสามารถดังกล่าวแล้วนี้ ปกติมักพบใน ตัวผู้นำซึ่งได้รับการศึกษาหรือการอบรมในด้านการบัญชี และมีประสบการณ์อันสำคัญ ด้านการประยุกต์ใช้เทคนิคดังกล่าวแล้ว ดังนั้นหัวหน้าเจ้าหน้าที่บริหารองค์กรที่มีประสบการณ์ด้านบัญชีซึ่งเน้นให้บริษัทประสบความสำเร็จในการ

ดำเนินงานด้วยต้นทุนโดยรวมที่ต่ำกว่าบริษัทอื่น ๆ ในตลาดเดียวกัน มักได้รับการคาดหวังว่าจะมีผลการดำเนินงานที่มีปริมาณมากกว่า

การให้ความสำคัญเรื่องต้นทุนที่ต่ำจะมุ่งความสนใจไปที่การดำเนินงานขององค์กร โดยทั่วไปการพยายามที่จะลดต้นทุน (เช่น ลดขนาดขององค์กร) มีความจำเป็นต้องปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กร แต่ความพยายามที่จะลดต้นทุนจะต้องทำอย่างต่อเนื่อง ความสำเร็จของการลดต้นทุนจะต้องเพิ่มผลผลิตหรือลดปัจจัยนำเข้า (ค่าแรงงานและวัตถุดิบ) และเพิ่มผลผลิตที่เป็นปัจจัยนำออกให้เกิดการสูญเสียในระหว่างการผลิตให้น้อยที่สุด การปรับปรุงสิ่งเหล่านี้จะทำให้ผลผลิตเพิ่มมากขึ้น (การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง) หรือปรับปรุงแบบไม่ต่อเนื่อง (ขบวนการปรับปรุงระบบ) แล้วแต่กรณี จุดมุ่งหมายอยู่ภายในองค์กร และเป้าหมายในการลดต้นทุนเป็นการปรับปรุงเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าในด้านราคาโดยทางอ้อม ตลอดไปถึงผลของความน่าเชื่อถือหรือราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งการลดต้นทุนจะส่งผลไปยังระดับล่างโดยตรง ค่าใช้จ่ายที่สามารถลดต้นทุนได้ขึ้นอยู่กับ “ประสิทธิภาพของการลดต้นทุน” (Bohan & Horney, 1991: 309; Kay & Gulzar, 2016) และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือผลิตชิ้นส่วน ซึ่งจะนำไปประกอบเป็นสินค้าสำเร็จรูป ตลอดไปจนถึงขบวนการในการผลิตสินค้าอื่น ๆ (Roland, Christine, & Dickson, 2002: 8)

2. การสร้างความแตกต่าง (differentiation) กลยุทธ์สร้างความแตกต่างเป็นที่ยอมรับความแตกต่างของตัวสินค้าและบริการมุมมองของผู้ซื้อ ตลาดที่แตกต่างกันระหว่างตัวสินค้าและบริการของบริษัทกับบริษัทคู่แข่งกัน บริษัทจะประสบความสำเร็จในการสร้างความแตกต่างของตัวสินค้าจำเป็นจะต้องมีลักษณะเฉพาะของตัวสินค้าและขายได้ในราคาที่สูงกว่าสินค้าปกติทั่วไป กลยุทธ์ของการทำสินค้าพิเศษ “การสร้างความแตกต่างของตัวสินค้า และความต้องการที่จะต่อสู้กับคู่แข่งกัน จะเป็นอุปสรรคป้องกันไม่ให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามาในตลาดได้ การสร้างความแตกต่างนี้จะเป็นผลของความแตกต่างด้านราคาต้นทุนของตัวสินค้าและราคาขายที่เพิ่มขึ้น โดยเหตุนี้การเปรียบเทียบราคาสินค้าของผู้บริโภค และการอ่อนไหวต่อราคาสินค้านั้นจะลดลง สุดท้ายบริษัทที่สามารถสร้างความแตกต่างได้ดีก็จะประสบความสำเร็จ พร้อมทั้งการสร้างความจงรักภักดีของลูกค้า และจะเป็นกำแพงป้องกันการเผชิญหน้าด้านธุรกิจของคู่แข่งกัน” (Porter, 1980: 37; 1985: 14)

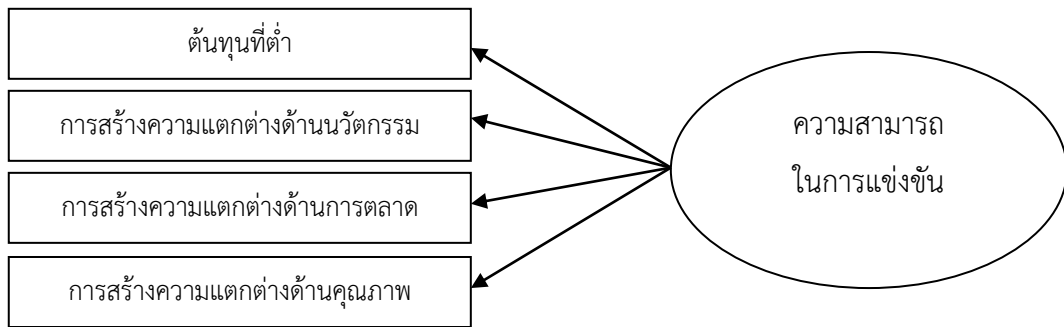
2.1 การสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (innovation differentiation) การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ซึ่งผู้บริโภคสังเกตแยกแยะได้ เกิดความภาคภูมิใจในตัวสินค้า ออกแบบเพื่อประโยชน์ใช้สอยหรือการใช้งานที่เหนือชั้นกว่าคู่แข่ง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ หรือการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ การมองการณ์ไกล และความเต็มใจที่จะรับความเสี่ยงในส่วนของผู้บริหารซึ่งกำกับองค์กรเหล่านั้น บุคลิกหรือพฤติกรรมผู้บริโภคดังกล่าวมีส่วนทำให้บุคคลที่คลุกคลีอยู่กับการวิจัยผลิตภัณฑ์และพัฒนาสินค้าขึ้นมาใหม่ โดยสะสมประสบการณ์สำคัญ ๆ ในการสร้างสรรค์อันนำมาใช้งานได้ เพราะฉะนั้น ผู้บริหารขององค์กรที่มีประสบการณ์ด้านวิจัยและพัฒนา

จะเป็นแรงขับเคลื่อนองค์การให้ทำการวิจัยและพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นขึ้นมาใหม่ และมักจะถูกคาดหวังว่าจะสามารถปฏิบัติงานได้ผลงานระดับที่ดี (Yi-Ru , 2017; Beal & Yasai-Ardekani, 2000: 734; Min-Jae, Jeongki, and Jun-Young, 2015)

2.2 การสร้างความแตกต่างด้านการตลาด (marketing differentiation) การสร้างความแตกต่างด้านการตลาดได้สร้างภาพลักษณ์ในจิตใจของลูกค้าปัจจุบันหรืออนาคตว่า บริษัทมีผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่าคู่แข่ง แม้ว่าการสร้างความแตกต่างอาจเป็นเพียงการแตกต่างภายนอก ความสามารถและทักษะในการสร้างแรงจูงใจลูกค้าให้ซื้อสินค้า บางทีก็ไม่มี ความแตกต่างไปแ่งของผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานเอกลักษณ์ของสินค้าที่ลูกค้ามองเห็น ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับความสุขเป็นการส่วนตัวจากประสบการณ์ที่ผ่านเข้ามาในแง่ของการใช้เทคนิคการทำตลาดและการส่งเสริมการขาย ข่าวสารที่ลูกค้าได้รับจะถูกถ่ายทอดผ่านโฆษณาและการส่งเสริมการขายโดยทั่วไป ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาจากนักการตลาดผู้เชี่ยวชาญ ฉะนั้น หัวหน้าเจ้าหน้าที่บริหารขององค์การ ที่มีประสบการณ์ในด้านการตลาดจะมุ่งเน้นไปที่แหล่งทรัพยากรของบริษัท โดยสร้างภาพลักษณ์อันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ พร้อมบริการที่บริษัทของตนเสนอขาย โดยจะถูกคาดหวังว่าจะมีผลการดำเนินงานในระดับที่ดีกว่า (Chuanlin & Li, 2014; Beal & Yasai-Ardekani, 2000: 735)

2.3 การสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (quality differentiation) Dean and Evans (1994: 302) และ Garvin (1984: 25) เสนอแนะว่า ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมต้องมีมิติด้านคุณภาพอย่างน้อย แปดประการ คือ มีความสวยงาม เชื่อถือได้ ตรงกับคำโฆษณา สามารถให้บริการหลังการขาย มีความทนทาน ใช้งานได้ดี มีลูกเล่นมาก และมีคุณภาพดี มิติดังกล่าวส่วนใหญ่แล้วมักมุ่งเน้นไปที่การออกแบบของผลิตภัณฑ์ขั้นตอนสุดท้ายซึ่งเป็นความรับผิดชอบบนพื้นฐานของวิศวกรผู้ออกแบบ (Dean & Evans, 1994: 302) ยิ่งกว่านั้น การวางมาตรฐานด้านคุณภาพและการพัฒนาตัวสินค้า พร้อมทั้งกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานนั้นและคุณภาพของสินค้านั้น ๆ จะอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของทีมงานวิศวกรเช่นกัน ดังนั้น ผู้บริหารขององค์การที่มีประสบการณ์ในด้านวิศวกรรมซึ่งเป็นผู้บริหารของบริษัทจะมุ่งเน้นบุคลากรในด้านการควบคุมคุณภาพ มักมีแนวโน้มที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีกว่าผู้บริหารของบริษัทคู่แข่งที่ไม่มีประสบการณ์ในด้านวิศวกรรมและมักประสบความสำเร็จในการดำเนินงานเหนือกว่าคู่แข่งของตนด้วย (Chin-Sheng, 2017)

จากวรรณกรรมที่กล่าวมาข้างต้น งานวิจัยนี้จึงกำหนดองค์ประกอบของความสามารถในการแข่งขัน ประกอบด้วย ต้นทุนที่ต่ำ (low cost), การสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (innovation differentiation) การสร้างความแตกต่างด้านการตลาด (marketing differentiation) การสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (quality differentiation) ดังภาพที่ 2.7

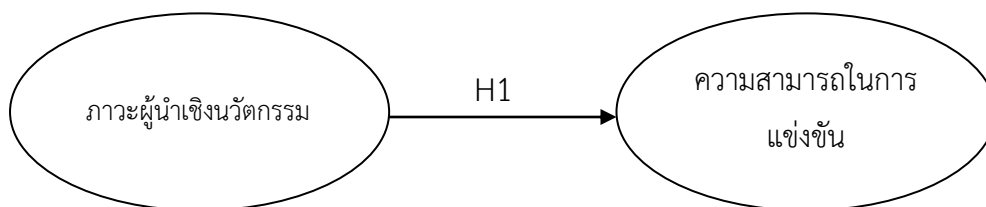


ภาพที่ 2.7 องค์ประกอบของความสามารถในการแข่งขัน

ความสามารถของผู้นำ ทำให้ผู้ได้บังคับบัญชาปฏิบัติงานได้ตามความต้องการ ทำให้เกิดประสิทธิภาพแก่องค์กร ผู้นำที่มีประสิทธิภาพ มีแนวโน้มที่จะสร้างความสัมพันธ์กับผู้ได้บังคับบัญชา มีแนวโน้มที่จะตั้งเป้าหมายการปฏิบัติงานได้ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในเรื่องการจูงใจของผู้นำ ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพและการจัดการสภาพแวดล้อมในองค์กรกับข้อได้เปรียบในการแข่งขัน ผลการวิจัยพบว่าการจัดการด้านคุณภาพและการจัดการสิ่งแวดล้อมช่วยให้สามารถแข่งขันได้ทั้งด้าน ต้นทุนและความแตกต่าง ได้พบในงานศึกษาหลายชิ้นว่าเป็นประเด็นหนึ่งที่ส่งผลให้ธุรกิจขนาดเล็ก ประสบความสำเร็จ (Leonidas, Thomas, Paul, Stavroula and Constantine, 2015; Bass & Avolio, 1997: 310; Jorge, Eva, Juan, María and Jose, 2015; Jose, Juan, Jorge, María abd Eva, 2015)

จากการทบทวนวรรณกรรมในส่วนนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ สตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี



ภาพที่ 2.8 ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพ

2.3.1 ความหมายของธุรกิจสตาร์ทอัพ

ธุรกิจสตาร์ทอัพ หมายถึง ธุรกิจเกิดใหม่ที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยอาศัยเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเป็นตัวหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจ มีการค้นหารูปแบบธุรกิจที่ทำซ้ำได้ และขยายธุรกิจได้ง่าย ทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด (Blank, 2010) ซึ่งคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้นแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2560) ได้สรุปลักษณะสำคัญของธุรกิจสตาร์ทอัพ ดังนี้

1. เป็นธุรกิจที่เกิดจากความทะเยอทะยาน (Ambition) โดยส่วนใหญ่จุดเริ่มต้นของธุรกิจสตาร์ทอัพมักเกิดขึ้นจากการพบปัญหาในชีวิตประจำวัน ซึ่งยังไม่มีวิธีแก้ปัญหาที่ดีพอทำให้มองเห็นโอกาส และความคิด (Idea) ทางธุรกิจที่ไม่มีใครคิดทำมาก่อน นำไปสู่การปฏิวัติความคิด (Disruption) ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สามารถแก้ปัญหาได้จริง

2. เป็นธุรกิจที่สร้างนวัตกรรมโมเดลธุรกิจ (Business Model Innovation) โดยคิดค้นรูปแบบธุรกิจใหม่ที่แตกต่างจากการดำเนินธุรกิจรูปแบบเดิม มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้อง

3. เป็นธุรกิจที่สามารถทำซ้ำ (Repeatable) รูปแบบธุรกิจใหม่ที่สามารถนำไปใช้ในตลาดอื่นได้ทำให้ธุรกิจมีฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

4. เป็นธุรกิจที่ขยายกิจการได้ง่าย (Scalable) โดยนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาเป็นตัวหลักในการขับเคลื่อน ซึ่งจะช่วยให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ได้อย่างกว้างขวาง โดยไม่ติดข้อจำกัดในเรื่องการหาสถานที่หรือทำเลในการขยายกิจการ

5. เป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด (Exponential Growth) ตัวอย่างเช่น บริษัทแกร็บแท็กซี่ โฮลดิ้งส์ จำกัด (GrabTaxi Holdings Pte. Ltd.) มีจุดเริ่มต้นจากความต้องการแก้ปัญหาการให้บริการรถแท็กซี่ในประเทศมาเลเซีย มีการคิดค้นรูปแบบธุรกิจใหม่ โดยให้บริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Application) ต่อมาบริษัทได้ขยายธุรกิจไปยัง 7 ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ ประเทศไทย สิงคโปร์ เวียดนาม อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ พม่า และกัมพูชา ทำให้บริษัทสามารถเติบโตอย่างก้าวกระโดด ปัจจุบันบริษัท แกร็บแท็กซี่ โฮลดิ้งส์ จำกัด เป็นธุรกิจสตาร์ทอัพที่มีผลการดำเนินธุรกิจมูลค่าสูงระดับพันล้านดอลลาร์สหรัฐ

2.3.2 แหล่งเงินทุนของธุรกิจสตาร์ทอัพ

เนื่องจากธุรกิจสตาร์ทอัพเกิดจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเป็นผู้ริเริ่มก่อตั้งธุรกิจ ซึ่งอาจมีเงินทุนหรือทรัพยากรจำกัด และไม่มีหลักประกันเพียงพอต่อการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ผู้ที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพจึงจำเป็นต้องแสวงหาเงินทุนจากนักลงทุน (Investor) ประเภทต่าง ๆ ดังนี้ (ณฤทธิวรพงษ์ดี, 2560)

1. เงินทุนตัวเอง (Bootstrap) เป็นเงินทุนแหล่งแรกที่เริ่มต้นจากเงินเก็บของตัวเอง โดยอาจจะรวมกับเงินทุนของผู้ร่วมก่อตั้ง (Co-Founder) สมาชิกในครอบครัว ญาติพี่น้อง และเพื่อน ซึ่งมีความเชื่อมั่นและมีความพร้อมที่จะสนับสนุนการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ ตัวอย่างเช่น Sergey Brin และ Larry Page เป็นผู้ร่วมก่อตั้งบริษัทกูเกิล จำกัด ซึ่งแหล่งเงินทุนในการเริ่มต้นธุรกิจมาจากเงินทุนส่วนตัว ครอบครัว ญาติ และเพื่อน จำนวน 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

2. นักลงทุนอิสระ (Angel Investor) เป็นนักลงทุนรายบุคคลที่นำเงินส่วนตัวมาร่วมลงทุนในช่วงแรกของธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งมีมูลค่าไม่สูงมากนัก โดยนักลงทุนอิสระจะได้สิทธิ์ในการแบ่งปันรายได้หรือเป็นหุ้นส่วนในธุรกิจสตาร์ทอัพ ส่วนใหญ่นักลงทุนอิสระมักเป็นเจ้าของธุรกิจที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในการประกอบธุรกิจจึงสามารถให้คำปรึกษา คำแนะนำ หรือช่วยหาเครือข่ายธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ จึงถือได้ว่า นักลงทุนอิสระเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญต่อธุรกิจสตาร์ทอัพ ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ ตัวอย่างเช่น Andy Bechtolsheim เป็นนักลงทุนอิสระคนแรกที่มองเห็นศักยภาพของผู้ร่วมก่อตั้งและตัดสินใจลงทุนกับบริษัท กูเกิล จำกัด ในปี ค.ศ.1998 จำนวน 100,000 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อมาบริษัทได้เติบโตและขยายกิจการอย่างรวดเร็ว ซึ่งจากผลสำรวจแบรนด์ยอดเยี่ยมในปี ค.ศ.2018 พบว่า บริษัท กูเกิล จำกัด มีมูลค่าธุรกิจสูงสุด คิดเป็น 302.1 พันล้านเหรียญสหรัฐ (Gazdik, 2018)

3. หน่วยงานบ่มเพาะสำหรับธุรกิจ (Incubator/Accelerator) เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำ และเป็นพี่เลี้ยงทางธุรกิจในด้านต่าง ๆ แก่ผู้สนใจประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพทั้งด้านการตลาด การเงิน กฎหมาย สถานที่ทำงาน พันธมิตรทางธุรกิจ และแหล่งเงินทุนเพิ่มเติมในรอบต่อ ๆ ไป เพื่อสนับสนุนให้มีการต่อยอดธุรกิจสตาร์ทอัพออกสู่ตลาดจริง สามารถขยายกิจการและเติบโตสู่ระดับสากล โดยหน่วยงานบ่มเพาะสำหรับธุรกิจจะจัดโครงการแข่งขัน เพื่อให้ผู้สนใจประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพเข้าร่วมนำเสนอความคิดและโมเดลทางธุรกิจ ซึ่งผู้ที่ผ่านการคัดเลือกจะได้รับเงินทุนสนับสนุนในการเริ่มต้นธุรกิจ โดยหน่วยงานบ่มเพาะสำหรับธุรกิจบางแห่งอาจเข้าร่วมเป็นหุ้นส่วนในธุรกิจสตาร์ทอัพ หรืออาจให้ทุนสนับสนุนโดยไม่หวังผลตอบแทนก็ได้ จึงถือได้ว่าหน่วยงานบ่มเพาะสำหรับธุรกิจเป็นหน่วยงานที่เปิดโอกาสให้ผู้สนใจประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพได้มีเวทีนำเสนอความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางธุรกิจ พร้อมทั้งเป็นแรงผลักดันสำคัญให้ธุรกิจสตาร์ทอัพสามารถเติบโตได้ด้วยตัวอย่างหน่วยงานบ่มเพาะสำหรับธุรกิจในประเทศไทยที่เป็นหน่วยงานจากภาครัฐและภาคเอกชน ได้แก่ โครงการเก้าแก่น้อย (Young Technopreneur) ของศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ เขตอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ประเทศไทย สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ร่วมกับบริษัท สามารถคอปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โครงการสตาร์ทอัพภายในองค์กร (Internal Startup) ของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) และโครงการ เอไอเอส เดอะ สตาร์ทอัพ (AIS the Startup) ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และพันธมิตร เป็นต้น

4. นักลงทุนสถาบัน (Venture Capital) หรือเรียกย่อ ๆ ว่า VC เป็นกลุ่มนักลงทุนจากองค์กรทั้งในประเทศหรือองค์กรต่างประเทศที่ร่วมลงทุนในฐานะหุ้นส่วน โดยซื้อหุ้นจากธุรกิจสตาร์ทอัพที่มีแนวโน้มว่าจะเติบโตได้ดี โดยทั่วไปนักลงทุนสถาบันจะมีบทบาทเป็นที่ปรึกษาให้แก่ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ เพื่อช่วยชี้แนะแนวทางในการบริหารธุรกิจด้านต่าง ๆ ให้สามารถสร้างผลกำไรจากการลงทุนและเติบโตได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากการร่วมลงทุนในธุรกิจสตาร์ทอัพของนักลงทุนสถาบันมักจะมีมูลค่าสูงกว่านักลงทุนอิสระ จึงนับว่าเป็นการลงทุนในลักษณะ High Risk-High Return กล่าวคือ ยิ่งเป็นการลงทุนที่มีความเสี่ยงมาก นักลงทุนจะคาดหวังผลตอบแทนสูง ดังนั้นเมื่อธุรกิจสตาร์ทอัพเติบโตจนสามารถเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ นักลงทุนสถาบันมักจะขายหุ้นบางส่วนหรือทั้งหมดที่สร้างผลกำไรจากการลงทุน ตัวอย่างเช่น บริษัท โก-เจ็ค (Go-Jek Inc.) เป็นธุรกิจสตาร์ทอัพเรียกรถโดยสารผ่านแอปพลิเคชันของอินโดนีเซีย ซึ่งประสบความสำเร็จในการระดมทุนได้มากถึง 500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อขยายกิจการในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยนักลงทุนสถาบันที่สนับสนุนเงินลงทุนให้แก่บริษัท โก-เจ็ค ได้แก่บริษัท เทมาเส็ก โฮลดิ้งส์ จำกัด (Temasek Holdings Ltd.) บริษัท เทนเซ็นต์ โฮลดิ้งส์ จำกัด (Tencent Holdings Ltd.) และบริษัท กูเกิล จำกัด เป็นต้น ในปัจจุบัน บริษัท โก-เจ็ค ได้ขยายธุรกิจในประเทศไทย โดยใช้แบรนด์ชื่อเก็ท (GET)

5. การระดมทุนจากสาธารณะ (Crowd funding) เป็นการระดมทุนจากประชาชนทั่วไปผ่านตัวกลางเว็บไซต์บนระบบอินเทอร์เน็ตที่ได้รับอนุญาตจากทางการ (Funding Portal: FP) เพื่อขอสนับสนุนเงินทุนมาสร้างนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ปัจจุบันวิธีการระดมทุนจากสาธารณะได้เติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากขั้นตอนการระดมทุนไม่ยุ่งยาก สามารถระดมทุนได้รวดเร็ว ใช้ต้นทุนต่ำและยังทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นที่รู้จักในตลาดมากขึ้น ตัวอย่างเช่น นาฬิกาอัจฉริยะ (Smart Watch) ภายใต้ชื่อแบรนด์ “เพปเปิล” (Pebble) เป็นนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จอย่างสูง โดยเจ้าของแนวคิดได้ขอระดมทุนจากประชาชนทั่วไปผ่านเว็บไซต์คิกสตาร์ทเตอร์ (Kickstarter) เพื่อสร้างนาฬิกาอัจฉริยะที่ใช้กระดาษอิเล็กทรอนิกส์ (E-Paper) เป็นหน้าจอ ซึ่งช่วยให้มองเห็นหน้าจอได้คมชัดแม้อยู่กลางแจ้ง มีระบบการแจ้งเตือนทางโทรศัพท์เชื่อมต่อกับสมาร์ทโฟน (Smart Phone) ผ่านเทคโนโลยีบลูทูธ (Bluetooth) และการใช้งานผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ ทั้งด้านสุขภาพและการออกกำลังกาย เช่น ระบบเซนเซอร์วัดการเต้นของหัวใจ ระบบติดตามการออกกำลังกาย การนับก้าว และการนอนหลับ เป็นต้น โดยผู้ให้การสนับสนุนเงินทุนตามเงื่อนไขจะรับได้นาฬิกาอัจฉริยะเป็นผลตอบแทน ทำให้มีผู้สนใจให้การสนับสนุนเงินทุนถึง 85,000 ราย สามารถระดมทุนได้กว่า 10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมียอดขายรวมกว่า 400,000 เรือน

2.3.3 แยกต่างระหว่างธุรกิจเอสเอ็มอีและธุรกิจสตาร์ทอัพ

ธุรกิจเอสเอ็มอี(Small and Medium Enterprises: SME) หมายถึง วิชาธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมซึ่งประกอบธุรกิจขายสินค้า ผลิตสินค้า หรือให้บริการ ส่วนใหญ่จะประกอบธุรกิจในรูปแบบของบุคคลธรรมดาห้างหุ้นส่วนสามัญ ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด หรือกิจการร่วมค้า (กองบริหารภาษีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก กรมสรรพากร, 2561) การประกอบธุรกิจเอสเอ็มอีและธุรกิจสตาร์ทอัพมีจุดมุ่งหมายในการดำเนินธุรกิจเหมือนกัน คือ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและต้องการกำไรเป็นผลตอบแทน แต่เมื่อพิจารณาในรูปแบบและลักษณะในการดำเนินธุรกิจของธุรกิจเอสเอ็มอีและธุรกิจสตาร์ทอัพจะมีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.3 ความแตกต่างระหว่างธุรกิจเอสเอ็มอีและธุรกิจสตาร์ทอัพ

ธุรกิจเอสเอ็มอี	ธุรกิจสตาร์ทอัพ
1. ขนาดของกิจการ	
- ใช้เกณฑ์การวัดขนาดจากจำนวนการจ้างงาน และมูลค่าของสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม	- เริ่มต้นจากธุรกิจขนาดเล็ก
- สินทรัพย์ส่วนใหญ่เป็นสินทรัพย์ถาวรที่จับต้องได้	- สินทรัพย์ส่วนใหญ่เป็นสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ หรือสินทรัพย์ทางปัญญา ซึ่งเกิดจากความคิดสร้างสรรค์
2. โมเดลธุรกิจ	
- ธุรกิจรูปแบบเดิม มักเป็นสินค้าหรือบริการที่มีธุรกิจอื่นทำอยู่แล้ว แต่ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค จึงมุ่งผลิตสินค้าหรือบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอ	- ธุรกิจรูปแบบใหม่ ซึ่งเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ที่ไม่เคยมีใครทำมาก่อน
- สินค้าหรือบริการลอกเลียนแบบได้ง่าย	- สินค้าหรือบริการลอกเลียนแบบยาก
- ใช้เทคโนโลยีปรับปรุงกระบวนการผลิตหรือปรับปรุงการดำเนินงาน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วขึ้น	- ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นตัวหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจ ทำให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ได้อย่างกว้างขวาง สามารถทำซ้ำ (Repeatable) ในตลาด อื่นได้ และขยายกิจการ (Scalable) ได้ง่าย

ตารางที่ 2.3 ความแตกต่างระหว่างธุรกิจเอสเอ็มอีและธุรกิจสตาร์ทอัพ (ต่อ)

ธุรกิจเอสเอ็มอี	ธุรกิจสตาร์ทอัพ
3. เงินลงทุน	
- เริ่มต้นจากเงินทุนของตัวเองและกู้เงินจากสถาบันการเงินเป็นหลัก	- การระดมทุนหรือหาผู้ร่วมลงทุน
4. การเติบโต	
- เติบโตแบบคงที่ ใช้เวลาขยายกิจการแบบค่อยเป็นค่อยไป เนื่องจากการขยายกิจการของธุรกิจจำเป็นต้องเพิ่มบุคลากรและทรัพย์สิน อาจจำเป็นต้องรอกำไร จากผลประกอบการเพื่อนำมาลงทุนเพิ่ม ทำให้ขยาย กิจการได้ช้า	- เติบโตแบบก้าวกระโดด ขยายกิจการได้รวดเร็ว

จากตารางที่ 2.3 ข้างต้นจะเห็นได้ว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพมีรูปแบบและลักษณะในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างจากธุรกิจเอสเอ็มอี ดังนั้นผู้บริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจสตาร์ทอัพนอกจากจะต้องมีความเชี่ยวชาญงานในหน้าที่ของตนเอง (Functional Expert) แล้ว จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนบทบาทและทิศทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจของธุรกิจสตาร์ทอัพทั้งในด้านโมเดลธุรกิจ ขนาดของกิจการ เงินลงทุน และการเติบโตของธุรกิจ

2.3.4 บริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจสตาร์ทอัพ

เนื่องจากบุคลากรในธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันให้เกิดธุรกิจรูปแบบใหม่ที่เน้นความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อสร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างรวดเร็ว Stanley M. Sutton (2000) กล่าวว่า “ธุรกิจสตาร์ทอัพส่วนใหญ่จะถูกขับเคลื่อนโดยคนรุ่นใหม่ที่ชอบความท้าทาย มีความพร้อมที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ และสามารถใช้เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องได้อย่างคล่องแคล่ว ” โดยบุคลากรที่ยังคงทำงานอยู่ในองค์กรส่วนใหญ่จะมีช่วงอายุในกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ที่เกิดในช่วงปี ค.ศ.1981-2000 (พ.ศ.2524-2543) และเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) ที่เกิดในช่วงปี ค.ศ.1965-1980 (พ.ศ.2508-2523) ส่วนกลุ่มเจนเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ส (Baby Boomers) เกิดในช่วงปี ค.ศ.1946-1964 (พ.ศ.2489-2507) กำลังทยอยเกษียณอายุออกจากองค์กร (Hammill, 2005) โดยกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายจะมีคุณลักษณะโดยรวมเหมือนกัน ได้แก่ ให้ความสำคัญกับความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว (Work-Life Balance) ชอบความเป็นอิสระ ทำหายกฎระเบียบแบบเก่าไม่ชอบงานที่เป็นทางการหรือมีพิธีรีตอง ต้องการเวลาทำงานที่ยืดหยุ่น ให้

ความสำคัญกับผลสำเร็จของงานมากกว่าวิธีการทำงาน มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีได้ดี ยอมรับการเปลี่ยนแปลง ต้องการงานที่มีโอกาสก้าวหน้าในอาชีพและค่าตอบแทนสูง (Hansen, 2015) ดังนั้นการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจสตาร์ทอัพนอกจากจะต้องพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยแวดล้อมในธุรกิจสตาร์ทอัพแล้ว ยังจำเป็นต้องพิจารณาถึงคุณลักษณะของกลุ่มคนเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายเป็นเป้าหมายหลัก พร้อมทั้งปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เชิงรุกและเชื่อมโยงไปสู่การปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ ได้แก่ การออกแบบโครงสร้างองค์กร การสรรหาและคัดเลือกบุคลากร การพัฒนาบุคลากร การประเมินผลการปฏิบัติงาน และการรักษาค่านิยมองค์กร เพื่อยกระดับสมรรถนะบุคลากรที่สามารถตอบสนองต่อธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งแนวทางการปรับเปลี่ยนบทบาทของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจสตาร์ทอัพ มีดังนี้

1. การออกแบบโครงสร้างองค์กร (Organizational Design)

ผู้บริหารทรัพยากรมนุษย์จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรและรูปแบบการทำงานของบุคลากรที่มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ได้แก่

1.1 ลดระดับสายการบังคับบัญชา เพื่อให้การประสานงานมีความคล่องตัว เน้นการกระจายอำนาจและการมีส่วนร่วม เพื่อสนับสนุนให้บุคลากรมีอิสระทางความคิดในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ และมีอิสระในการตัดสินใจแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ด้วยตนเอง (ศิริยุพา รุ่งเรืองสุข, 2559)

1.2 ยืดหยุ่นด้านเวลาและสถานที่ทำงาน เช่น ลดการควบคุมเวลาเข้าออกงาน การมาสาย และการลา หรือเปิดโอกาสให้เลือกเวลาทำงานของตนเอง เพื่อตอบสนองด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัวพร้อมทั้งยืดหยุ่นด้านสถานที่ทำงาน โดยบุคลากรสามารถทำงานได้ทุกที่ทุกเวลา (Anytime Anywhere) ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้บุคลากรมีอิสระในการทำงานเพิ่มขึ้น ซึ่งการยืดหยุ่นด้านเวลาและสถานที่ทำงานดังกล่าวนอกจากจะช่วยแก้ปัญหาข้อจำกัดของพื้นที่สำนักงานแล้ว ยังช่วยลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจจากรายงานของ Cisco Connected World Technology Report (2014) ที่ศึกษาถึงอิทธิพลของเทคโนโลยีที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานในอนาคต พบว่า พนักงานเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายต้องการรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่นและอิสระมากขึ้น โดยพนักงานเชื่อว่า สมาร์ทโฟน คือ อุปกรณ์เชื่อมต่อที่สำคัญที่สุดที่จะช่วยให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในทุกที่ทุกเวลา ในปัจจุบัน ธุรกิจสตาร์ทอัพต่าง ๆ ได้นำแอปพลิเคชันการบันทึกเวลาเข้าออกงานของบุคลากรมาใช้อย่างแพร่หลาย เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นด้านเวลาปฏิบัติงาน เพิ่มความสะดวก รวดเร็ว และเก็บข้อมูลของบุคลากรได้เป็นระบบ ตัวอย่างเช่น แอปพลิเคชัน ไทม์มินท์ (TimeMint Application) (เอสเอ็มอี สตาร์ทอัพ, 2561) และ แฮปปี้ เวิร์ค (Happy Work Application) ที่สามารถบันทึกเวลาเข้าออกงานผ่านสมาร์ทโฟนทั้งในและนอกสถานที่ด้วยระบบจีพีเอส (GPS) และสามารถตั้งค่าเวลาเข้าออกงานได้ตามความเหมาะสมของบุคลากรแต่ละคน (มาร์เก็ตติ้ง อู๊ปส์, 2561)

1.3 นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการดำเนินกิจกรรม ประสานงาน และการติดต่อสื่อสารภายใต้บรรยากาศที่เป็นกันเอง โดยธุรกิจสตาร์ทอัพจำเป็นต้องมีความพร้อมทั้งด้านอุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและการใช้แอปพลิเคชันในการทำงานที่หลากหลาย และสามารถเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ที่สะดวก รวดเร็ว และทั่วถึง ในปัจจุบันธุรกิจสตาร์ทอัพหลายแห่งได้นำแอปพลิเคชันด้านการสื่อสารในทีมงานมาใช้ในองค์กร ซึ่งสามารถจำแนกทีมงานเป็นกลุ่มย่อยตามลักษณะงาน มีระบบจัดการสมาชิกในทีมงานได้อย่างเป็นระเบียบ ช่วยให้การติดต่อประสานงาน และเข้าถึงข้อมูลภายในทีมงานมีความสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น แอปพลิเคชันสแลค (Slack Application) ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่ธุรกิจสตาร์ทอัพในต่างประเทศนิยมนำมาใช้แทนอีเมล (E-mail) หรือแชท (Chat) อย่างกว้างขวาง ส่วนแอปพลิเคชันด้านการประชุมออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน ซึ่งช่วยให้บุคลากรสามารถประชุมออนไลน์พร้อมกันได้ตลอดเวลาแบบเรียลไทม์ (Real Time) พร้อมทั้งสามารถรับส่งวิดีโอ รูปภาพ และเอกสารการประชุมได้อีกด้วย ได้แก่ แอปพลิเคชัน ซูม คลาวด์ มิตทิงส์ (Zoom Cloud Meetings Application) และ สกรีนมีท (ScreenMeet Application) เป็นต้น (สมาร์ท เอสเอ็มอี, 2559)

2. การสรรหาและคัดเลือกบุคลากร (Recruitment and Selection)

เนื่องจากบุคลากรในธุรกิจสตาร์ทอัพต้องมีคุณลักษณะสำคัญ คือ มีความคิดสร้างสรรค์ กล้าคิด กล้าทำกล้าเสี่ยง มีความมุ่งมั่นที่จะทำตามความฝัน มีทักษะและขีดความสามารถในเทคโนโลยีขั้นสูง ซึ่งผู้บริหารทรัพยากรมนุษย์จำเป็นต้องดึงดูบุคลากรที่มีศักยภาพสูง (Talent People) มาร่วมงาน โดยปรับเปลี่ยนกระบวนการสรรหาเชิงรุกและระบบการคัดเลือก ดังนี้

2.1 กำหนดช่องทางการสรรหาและรับสมัครบุคลากรที่หลากหลาย ได้แก่

- การสรรหาและสมัครงานผ่านระบบออนไลน์ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เนื่องจากผู้สมัครงานส่วนใหญ่มีช่วงอายุในกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่มีความรู้ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์และภาษาในระดับดี ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมาก สะดวก รวดเร็ว และประหยัดงบประมาณ (Galanaki, 2002) ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในการสรรหาและสมัครงาน ได้แก่ ลิงค์อิน (LinkedIn) เฟซบุ๊ก (Facebook) และ ไลน์ จ๊อบส์ (LINE JOBS) เป็นต้น

- การสรรหาจากคำแนะนำของบุคลากรปัจจุบัน โดยบุคลากรในธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นผู้แนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักที่มีความรู้ ความสามารถ และคุณสมบัติเหมาะสมเข้ามาสมัครงาน (โปรซอฟท์ เอชซีเอ็ม, 2561)

- การสรรหาผ่านธุรกิจจัดหางาน (Head Hunter) เนื่องจากธุรกิจจัดหางานมีฐานข้อมูลของผู้สมัครงานจำนวนมาก จึงสามารถสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณสมบัติตรงกับ

ตำแหน่งงานให้แก่ผู้ว่าจ้างได้อย่างรวดเร็ว ส่วนใหญ่จะเป็นการสรรหาบุคลากรในตำแหน่งระดับสูงที่มีคุณสมบัติและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

- การสรรหาจากผู้ประกอบอาชีพอิสระ (Freelancer) ที่ไม่ขึ้นตรงต่อหน่วยงานใด ซึ่งนิยมใช้กับโครงการระยะสั้นที่ธุรกิจสตาร์ทอัพจำเป็นต้องใช้ผู้มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในงานบางประเภทปัจจุบันมีช่องทางในการสรรหาผู้ประกอบอาชีพอิสระผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น ฟาสต์เวิร์ค (Fastwork) และฟรีแลนซ์เบย์ (FreelanceBay) เป็นต้น

- การสรรหาจากสถาบันการศึกษา เช่น การรับนักศึกษาที่มีความสามารถโดดเด่นเข้ามาฝึกงานในธุรกิจสตาร์ทอัพ

2.2 สร้างภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Branding) โดยธุรกิจสตาร์ทอัพสร้างความน่าเชื่อถือจากผลงานขององค์กรที่มีคุณค่าและท้าทาย เพื่อจูงใจให้บุคคลภายนอกเข้ามาสมัครงานด้วยความเชื่อมั่นว่าจะได้ทำงานร่วมกับองค์กรที่ดี (เทคซอส มีเดีย, 2561)

2.3 สร้างระบบการคัดเลือกแบบเข้มข้น โดยระบุคุณลักษณะของบุคลากรที่ธุรกิจสตาร์ทอัพ ต้องการร่วมงานไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้ได้คนที่มีศักยภาพสูงและมีคุณสมบัติที่หลากหลาย (Diversity) ซึ่งจะช่วยให้เกิดความคิดที่แตกต่างและนำไปสู่การสร้างสรรคสิ่งใหม่ ๆ พร้อมทั้งพิจารณาถึงความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น (Collaboration) ด้วยการคัดเลือกคนที่มีเป้าหมายทัศนคติ และค่านิยมการทำงานตรงกับวัฒนธรรมองค์กรของธุรกิจสตาร์ทอัพ (ศิริยุพา รุ่งเรืองสุข, 2559) โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบต่าง ๆ เช่น การสร้างสถานการณ์จำลอง กรณีศึกษา หรือเกมทางธุรกิจที่ท้าทาย เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้สมัครงานได้แสดงความคิดเชิงสร้างสรรค์ และใช้เทคโนโลยีขั้นสูงเป็นเครื่องมือ ในปัจจุบันธุรกิจสตาร์ทอัพได้นำแอปพลิเคชันด้านการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรมาใช้อย่างแพร่หลาย ได้แก่ แอปพลิเคชัน กรีนเฮ้าส์ รีครูทติ้ง (Greenhouse Recruiting Application) ที่สามารถค้นหา ตรวจสอบ และกลั่นกรองผู้สมัครงานผ่านสมาร์ทโฟน นอกจากนี้ ธุรกิจสตาร์ทอัพในต่างประเทศได้นำปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) มาใช้เป็นเครื่องมือในการคัดเลือกและสัมภาษณ์บุคลากร ได้แก่ แอปพลิเคชันไฮร์วิว (HireVue Application) ที่นำปัญญาประดิษฐ์มาใช้สัมภาษณ์บุคลากรด้วยวิดีโอ ซึ่งสามารถจำแนกและประเมินบุคลิกภาพด้านต่าง ๆ ของผู้สมัครงาน เช่น ภาษากาย การแสดงสีหน้า อารมณ์ และการใช้น้ำเสียง เป็นต้น และบริษัท บี ทเวลฟ์ (B12 Inc.) ซึ่งเป็นธุรกิจสตาร์ทอัพด้านการพัฒนาและออกแบบเว็บไซต์ของประเทศสหรัฐอเมริกาได้ใช้อัลกอริทึม (Algorithm) จำแนกข้อมูลของผู้สมัครงานทำการวิเคราะห์ คัดกรอง และตัดสินใจคัดเลือกบุคลากรที่มีความเหมาะสมในแต่ละตำแหน่งได้อย่างแม่นยำและรวดเร็ว ซึ่งจากผลการวิจัยของ Kuncel, Ones and Klieger (2014) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “อัลกอริทึมชนะสัญชาตญาณในการจ้างงาน” (In Hiring, Algorithms Beat Instinct) พบว่า บุคลากรที่ถูกคัดเลือกจากอัลกอริทึมจะมีความสามารถในการเรียนรู้และทำงานได้มีประสิทธิภาพมากกว่าบุคลากรที่มนุษย์เป็นผู้คัดเลือก

3. การพัฒนาบุคลากร (Human Resource Development)

ในยุคที่เทคโนโลยีสารสนเทศมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วแบบไร้พรมแดน ข้อมูลต่าง ๆ ถูกเชื่อมโยงผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้บุคลากรสามารถเข้าถึงข้อมูล เรียนรู้ และพัฒนาตนเองได้ทุกที่ทุกเวลา หรือที่เรียกว่า E-learning ดังนั้น การพัฒนาบุคลากรในธุรกิจสตาร์ทอัพจึงควรมุ่งสร้างคนให้เรียนรู้ตลอดเวลาและสามารถสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ โดยเริ่มต้นจากการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองจากประสบการณ์และสิ่งแวดล้อมรอบตัว จากนั้นนำมาวิเคราะห์ เชื่อมโยง สู่แนวทางแก้ไข และลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง (Learning by Doing) จนเกิดองค์ความรู้ใหม่ ผู้บริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจสตาร์ทอัพจึงต้องเปลี่ยนบทบาทจากผู้สั่งการเป็นผู้อำนวยความสะดวก (Facilitator) โดยส่งเสริมให้บุคลากรเป็นผู้แสวงหาความรู้รอบด้าน ได้แก่ การติดตามและเรียนรู้ทักษะด้านดิจิทัล (Digital) ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ในทักษะที่จำเป็นสำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ขององค์กร (Corporate Website) หรือการสัมมนาผ่านระบบออนไลน์ (Webinar) เป็นต้น นอกจากนี้ผู้บริหารทรัพยากรมนุษย์ควรส่งเสริมให้เกิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) โดยจัดพื้นที่หรือช่องทางแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านการสื่อสารระบบออนไลน์ต่าง ๆ ที่เอื้ออำนวยให้บุคลากรในธุรกิจสตาร์ทอัพมีอิสระในการคิด ตั้งคำถาม อภิปรายปัญหา และนำความแตกต่างทางความคิดมาสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ หรือวิธีการที่ดีกว่า (สมพิศ ทองปาน, 2559: 255)

4. การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Appraisal)

เนื่องจากธุรกิจสตาร์ทอัพจะเน้นรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่น ไม่ซับซ้อน บรรลุผลตามเป้าหมายได้รวดเร็วและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้ทันที่ ดังนั้นผู้บริหารทรัพยากรมนุษย์ควรให้ความสำคัญกับตัวชี้วัด (KPI) เฉพาะที่เป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยลดความสำคัญในการประเมินผลด้านเวลาการทำงาน เช่น การมาทำงานตรงเวลา การขาดงาน การลา หรือมาสาย และมุ่งประเมินผลจากผลลัพธ์ (Output) ของงานเป็นสำคัญ นอกจากนี้ ผู้บริหารทรัพยากรมนุษย์ควรกำหนดเป้าหมายของงานที่ชัดเจน ให้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) อย่างรวดเร็ว และมีการประเมินผลงานเป็นระยะ เพื่อกระตุ้นให้บุคลากรเกิดการเรียนรู้ตลอดเวลา สามารถประเมินความก้าวหน้าในงานของตนเอง และผลักดันผลงานไปสู่เป้าหมายได้รวดเร็ว (จิราพร พลภานุกุล, 2561)

5. การรักษามูลค่าบุคลากรในองค์กร (Employee Retention)

Bonnie D. Monych (2014) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะที่เหมือนกันของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ และเจนเนอเรชั่นวาย คือ มีความผูกพันต่อองค์กรต่ำและเปลี่ยนงานบ่อย ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจสตาร์ทอัพขาดกำลังคนและการปฏิบัติงานหยุดชะงัก ดังนั้น ผู้บริหารทรัพยากรมนุษย์จึงจำเป็นต้องรักษาคนให้อยู่กับองค์กร โดยสร้างแรงจูงใจที่สอดคล้องกับความต้องการของบุคลากร ดังนี้

5.1 จัดทำระบบค่าจ้างและผลตอบแทนของบุคลากรที่สอดคล้องกับภาวะการแข่งขันในตลาดแรงงานในปัจจุบันธุรกิจสตาร์ทอัพหลายแห่งได้นำซอฟต์แวร์ต่าง ๆ มาใช้เพื่อช่วยให้การจัดการระบบเงินเดือนสะดวกและรวดเร็วขึ้น ได้แก่ ซิงค์เอชอาร์ (Sync HR Software) และเซนเนฟิตส์ (Zenefits Software) เป็นต้น (สมาร์ทเอสเอ็มอี, 2559) นอกจากนี้ผู้บริหารทรัพยากรมนุษย์ควรจัดระบบสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ของบุคลากรที่ยืดหยุ่น มีสวัสดิการหลายประเภทให้บุคลากรสามารถเลือกได้ตรงตามความต้องการของตนเอง

5.2 จัดสภาพแวดล้อมการทำงานแบบเปิดกว้างที่เอื้อต่อการเรียนรู้ตลอดเวลา สร้างบรรยากาศการทำงานที่อบอุ่นและเป็นกันเอง มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อช่วยลดความตึงเครียดและส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่บุคลากร รวมทั้งความพร้อมด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อเป็นเครื่องมือสนับสนุนให้บุคลากรสามารถทำงานได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ยกตัวอย่างเช่น บริษัท วงใน มีเดีย จำกัด (Wongnai Media Co., Ltd.) ซึ่งเป็นธุรกิจสตาร์ทอัพที่ให้บริการค้นหาและรีวิวร้านอาหารผ่านช่องทางดิจิทัลต่าง ๆ จัดให้มีสวัสดิการแก่บุคลากร ได้แก่ มอบแม็คบุ๊ก (MacBook) ให้แก่บุคลากรทุกคนเพื่อใช้ทำงาน มีอาหารกลางวันสามมื้อต่อสัปดาห์ สามารถทำงานที่บ้านได้ และวันลาไม่จำกัด เป็นต้น (เอสเคิร์ฟฮับ, 2560)

5.3 จัดระบบการพัฒนาความก้าวหน้าทางสายอาชีพ (Career Path) เนื่องจากบุคลากรในธุรกิจสตาร์ทอัพต้องการประสบความสำเร็จและก้าวหน้าในอาชีพแบบก้าวกระโดด ดังนั้นผู้บริหารทรัพยากรมนุษย์ต้องจัดระบบพัฒนาความก้าวหน้าทางสายอาชีพโดยพิจารณาจากความรู้ความสามารถ และผลสำเร็จของงานเป็นหลัก เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้บุคลากรมีพลังในการทำงาน และวางแผนที่จะพัฒนาตนเองไปสู่ผู้นำในสายงานต่าง ๆ (สมพิศ ทองปาน, 2559: 254)

ผู้วิจัยสรุปว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ที่ผู้ประกอบการและนักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ให้ความสนใจอย่างแพร่หลาย ในปัจจุบันธุรกิจสตาร์ทอัพมีบทบาทสำคัญที่ช่วยกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจการค้า การลงทุน เทคโนโลยี และยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้บริโภค จึงเป็นประเด็นท้าทายสำหรับผู้บริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจสตาร์ทอัพที่ต้องทบทวนว่าจะมีวิธีใดที่จะสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้บุคลากรใช้ศักยภาพอย่างสร้างสรรค์ เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ซึ่งการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจสตาร์ทอัพจะประสบความสำเร็จได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับผู้บริหารทรัพยากรมนุษย์จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เชิงรุกและเชื่อมโยงไปสู่การปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย การสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีศักยภาพสูงมาร่วมงาน การพัฒนาบุคลากรให้เป็นผู้เรียนรู้ตลอดเวลา เพื่อเท่าทันการเปลี่ยนแปลงและสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่อย่างต่อเนื่อง การประเมินผลโดยพิจารณาจากผลสำเร็จของงาน การสร้างแรงจูงใจที่สอดคล้องกับความต้องการของบุคลากร เพื่อรักษาคคนให้อยู่กับองค์กรและเป็นพลังขับเคลื่อนธุรกิจสตาร์ทอัพให้เติบโตสู่ระดับโลก

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กฤษฎา มะแอ และ กฤษณา ฝิ่งใจ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในประเทศไทย เป็นการศึกษาค้นหาต้นแบบธุรกิจสตาร์ทอัพ ที่เหมาะสมกับธุรกิจในประเทศไทยเพื่อให้เกิดความเข้มแข็ง และประสบความสำเร็จ ลดความผิดพลาด รวมถึงความล้มเหลว โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบท ปัญหาของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในประเทศไทย และศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในประเทศไทย ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยกระบวนการวิธีการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary research) จำนวน 8 เรื่อง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสู่ความสำเร็จของสตาร์ทอัพในประเทศไทย ขึ้นอยู่กับลักษณะการดำเนินงาน และกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันโดยสามารถสรุปได้ดังนี้ ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจังหวะเวลาเป็นสำคัญ ธุรกิจประเภท User-Generated Content จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทีมเป็นสำคัญ ธุรกิจสตาร์ทประเภทบริการจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านแนวความคิดใหม่ ๆ ความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถเรียกความสนใจให้คนมาใช้บริการได้ โดยหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจในทุกประเภทคือ รูปแบบในการดำเนินธุรกิจ (Business Model)

ชนินทร เพ็ญสูตร (2561) ได้ศึกษาเรื่อง สตาร์ทอัพไทยแลนด์: กรณีศึกษาสตาร์ทอัพในจังหวัดเชียงใหม่ ตามที่รัฐบาลได้มีการผลักดันนโยบายประเทศไทย 4.0 อย่าง เป็นทางการตั้งแต่ปี พ.ศ.2559 เป็นต้นมา พบว่าการสตาร์ทอัพในประเทศไทยได้เกิดการตื่นตัวเพิ่มมากขึ้น ในปัจจุบัน มีสตาร์ทอัพไทยที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติ สามารถระดมทุนได้ในหลักพันล้าน เหรียญสหรัฐขึ้นไป อย่างไรก็ตาม สตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติและระดับชาติ ล้วนเป็นสตาร์ทอัพจากกรุงเทพมหานคร จนถึงปัจจุบันไม่ปรากฏว่ามีสตาร์ทอัพจากภูมิภาคสามารถก้าวขึ้นมาเป็นสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติ บทความนี้มุ่งพิจารณาการก่อตัวของสตาร์ทอัพในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งถือเป็นสตาร์ทอัพที่ได้รับการสนับสนุน จากทางภาครัฐและมหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงใหม่ อย่างไรก็ตามบทความนี้ ชี้ให้เห็นว่าสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่มีการใช้นวัตกรรมและ เทคโนโลยีในระดับที่ไม่ซับซ้อนทำให้มีความเสี่ยงในการเติบโตและความเป็นไปได้ในการแข่งขันในระยะยาว นอกจากนี้ปัญหาที่สตาร์ทอัพในจังหวัด เชียงใหม่กำลังเผชิญคือแนวคิดสตาร์ทอัพมีความซ้ำซ้อนและการเข้ามาของสตาร์ทอัพจากต่างประเทศที่ส่งผลกระทบต่อสตาร์ทอัพจากจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้สตาร์ทอัพประเภทที่สมควรมีการพัฒนาในจังหวัดเชียงใหม่ คือสตาร์ทอัพด้านการเกษตรและสตาร์ทอัพด้านการท่องเที่ยว ในปัจจุบันพบว่าสตาร์ทอัพด้านการเกษตรยังเป็นสตาร์ทอัพสาขาที่ขาดแคลนในจังหวัดเชียงใหม่ ภาครัฐควรมีการสนับสนุนสตาร์ทอัพเฉพาะทางในจังหวัดเชียงใหม่ โดยสนับสนุนสตาร์ทอัพทั้งในระดับจังหวัดและรับบาลท้องถิ่นควรสนับสนุนสตาร์ทอัพระดับชุมชนเพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพิงตนเองทางเศรษฐกิจในระยะยาว โดยสตาร์ทอัพ

ชุมชนไม่จำเป็นต้องมีการใช้เทคโนโลยีที่ซับซ้อน เมื่อเปรียบเทียบกับสตาร์ทอัพในระดับจังหวัดตามที่รัฐบาลได้มีการผลักดันนโยบายประเทศไทย 4.0 อย่างเป็นทางการตั้งแต่ ปี พ.ศ.2559 เป็นต้นมา พบว่าวงการสตาร์ทอัพในประเทศไทยได้เกิดการตื่นตัวเพิ่มมากขึ้น ในปัจจุบันมีสตาร์ทอัพไทยที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติ สามารถระดมทุนได้ในหลักพันล้านบาทหรือสูงขึ้นไป อย่างไรก็ตามสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติและระดับชาติ ล้วนเป็นสตาร์ทอัพจากกรุงเทพมหานคร จนถึงปัจจุบันไม่ปรากฏว่ามีสตาร์ทอัพจากภูมิภาคสามารถก้าวขึ้นมาเป็นสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติ บทความนี้มุ่งพิจารณาการก่อตัวของสตาร์ทอัพในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งถือเป็นสตาร์ทอัพที่ได้รับการสนับสนุน จากทางภาครัฐและมหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงใหม่ อย่างไรก็ตามบทความนี้ชี้ให้เห็นว่าสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่มีการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในระดับที่ไม่ซับซ้อนทำให้มีความเสี่ยงในการเติบโตและความ เป็นไปได้ในการแข่งขันในระยะยาว นอกจากนี้ปัญหาที่สตาร์ทอัพในจังหวัดเชียงใหม่กำลังเผชิญคือแนวคิดสตาร์ทอัพมีความซ้ำซ้อนและการเข้ามาของสตาร์ทอัพจากต่างประเทศที่ส่งผลกระทบต่อสตาร์ทอัพจากจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้สตาร์ทอัพประเภทที่สมควรมีการพัฒนาในจังหวัดเชียงใหม่ คือสตาร์ทอัพด้านการเกษตรและสตาร์ทอัพด้านการท่องเที่ยว ในปัจจุบันพบว่าสตาร์ทอัพด้านการเกษตรยังเป็นสตาร์ทอัพสาขาที่ขาดแคลนในจังหวัดเชียงใหม่ ภาครัฐควรมีการสนับสนุนสตาร์ทอัพเฉพาะทางในจังหวัดเชียงใหม่ โดยสนับสนุนสตาร์ทอัพทั้งในระดับจังหวัดและรัฐบาลท้องถิ่นควรสนับสนุนสตาร์ทอัพระดับชุมชนเพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพิงตนเองทางเศรษฐกิจในระยะยาว โดยสตาร์ทอัพชุมชนไม่จำเป็นต้องมีการใช้เทคโนโลยีที่ซับซ้อน เมื่อเปรียบเทียบกับสตาร์ทอัพในระดับจังหวัด

วิไล พึ่งผล และ นรินทร์ สังข์รักษา (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ถอดรหัสการประกอบการธุรกิจผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ ประเทศไทย 4.0 การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอุดมการณ์การสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้เป็นผู้นำด้านนวัตกรรมในธุรกิจสตาร์ทอัพรองรับประเทศไทย 4.0 2) ศึกษาถึงภาคปฏิบัติการทางวาทกรรมจากผู้ประกอบการสตาร์ทอัพและอำนาจความรู้ของวาทกรรมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในยุคประเทศไทย 4.0 และ 3) ศึกษาแนวทางการสร้างผู้ประกอบการสตาร์ทอัพให้มีจิตสำนึกที่ดีในการประกอบการธุรกิจของไทยเพิ่มมากขึ้นอย่างยั่งยืน เป็นการวิจัยแบบยุคหลัง

นวมัยใช้วิธีวิทยาเชิงคุณภาพด้วยการถอดรหัสเป็นแนวทางในการอธิบายและวิเคราะห์ให้ได้ประโยชน์มากที่สุดโดยกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 11 คน ใช้การเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยใช้ปรากฏการณ์วิทยา และถอดรหัสทางวาทกรรมจากผู้ให้ข้อมูลหลักธุรกิจสตาร์ทอัพแสดงออกแบบบรรยาย จากผลการวิจัยที่พบว่า อุดมการณ์ยึดมั่นการจัดการธุรกิจสตาร์ทอัพและสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้เป็นผู้นำด้านนวัตกรรมประกอบด้วย การจัดการกับธุรกิจให้แตกต่างอย่างโดดเด่นเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีใหม่ มีแนวคิดผลิตสินค้ารวดเร็ว โดยไม่พึ่งแหล่งเงินทุนมากเกินไป เปรียบวาทกรรมนี้ว่า “แจ๊คผู้ล้มนายทุน

ยักษ์ใหญ่ทรงพลังได้อย่างน่าภาคภูมิใจ” โดยมีอำนาจสนับสนุนที่เกิดจากความชำนาญเชิงลึกในธุรกิจสินค้าโดดเด่นมีคุณภาพด้วยต้นทุนต่ำ ใช้สื่อทางสังคมทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักในวงกว้าง มีแนวคิดให้บริการหลังการขายสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า ทำให้พบประสบการณ์ใหม่ทางวาทกรรมนี้ว่า “ธุรกิจจิว ความคิดแจ้ว บริหารแบบผู้เชี่ยวชาญ” ในงานวิจัยนี้พบความจำเป็นที่ต้องพึ่งพาโลกาภิวัตน์โดยสินค้าลอกเลียนแบบยาก สร้างสินค้าแตกต่างอย่างสิ้นเชิง สร้างพันธมิตรกับนายทุนใหญ่/บริษัทข้ามชาติ เป็นประสบการณ์ใหม่ตั้งวาทกรรมที่ว่า “ปลาเร็วกินปลาใหญ่” มีการปรับเปลี่ยนแนวคิดสู่

“ปลาเล็กวงแหวนล่าหาญออกจาทะเลลึกกัดกินปลาใหญ่จนสิ้นซาก” สุดท้ายผลการวิจัยพบอีกว่ารัฐบาลจะต้องเร่งผลักดันและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง คือ 1) ยึดนโยบายรัฐ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน

2) ภาครัฐบาลให้ทุนสนับสนุน 3) ภาครัฐบาลเร่งเพิ่มพูนความรู้และทักษะสู่การลงมือปฏิบัติ 4) มีทีมที่ปรึกษาให้คำแนะนำที่ยึดมั่นตามอุดมการณ์อย่างมุ่งมั่นโดยมีวาทกรรมที่ว่า “ในความเก่งของผู้ประกอบการจะต้องเป็นคนดีที่มีความรู้คู่คุณธรรม” เพื่อประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพอย่างยั่งยืน ส่วนภาคปฏิบัติพบว่า อำนาจความรู้สามารถถอดรหัสทางวาทกรรมที่ว่า 1) ผูกขาดผลิตสินค้าเพียงผู้เดียวด้วยการจดสิทธิบัตร 2) ผลิตสินค้าตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่องและดูแลสิ่งแวดล้อมชุมชน 3) สร้างประสบการณ์ให้ลูกค้าซื้อสินค้าคุณภาพจากจุดบกพร่องที่ลูกค้ารู้สึกได้ (Pain Point) สำหรับแนวทางการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้เป็นผู้เชี่ยวชาญจำเป็นต้องอาศัยภาครัฐบาล คือ 1) แผนอบรมและพัฒนาผู้ประกอบการระยะเวลา 1 ปีและ 5 ปี 2) จัดที่ปรึกษาให้คำแนะนำการสร้างทายาทต่อเนื่องในงานและธุรกิจและลงมือปฏิบัติเก่งรอบด้านในยุคประเทศไทย 4.0 กล่าวในภาษาสากลว่า “Being A Talented Man” (BATMAN)

กิติมา หงส์ศิริกาญจน์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ลักษณะเฉพาะของทีมในการเริ่มต้นธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย งานวิจัยนี้ศึกษาลักษณะของทีมงานในธุรกิจสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จผ่านการวิจัยเอกสารและการวิจัยเชิงคุณภาพ การเปลี่ยนแปลงการจัดการธุรกิจส่งผลกระทบต่อการบริหารคนภายในองค์กร ที่ผ่านมาการบริหารจัดการองค์กรมุ่งเน้นไปที่การวางระบบสร้างโครงสร้างมาตรฐานโดยรวมบริหารคนผ่านความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดการและพนักงาน อย่างไรก็ตามแนวทางใหม่ในการดำเนินธุรกิจภายใต้การสนับสนุนของรัฐบาลไทยที่เชื่อว่า “สตาร์ทอัพ” จำเป็นต้องมีวิธีใหม่ในการจัดการคนในฐานะผู้นำและทีมธุรกิจนี้ต้องการบุคลากรที่มีความสามารถซึ่งไม่เพียง แต่มีทักษะความคิดสร้างสรรค์และเป็นนักแก้ปัญหาที่ดี แต่ยังสามารถทำงานเป็นทีมได้อีกด้วย การทบทวนวรรณกรรมแสดงให้เห็นว่าคุณลักษณะของทีมที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ ทักษะการสื่อสารระหว่างทีมและผู้นำความภาคภูมิใจและความมุ่งมั่น และทิศทางเดียวกันและไว้วางใจระหว่างสมาชิกในทีม หลังจากที่ถูกวิจัยได้ทำการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 32 คนและกลุ่มเป้าหมายจำนวน 7 คนผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นเกี่ยวข้องกับทั้งหมดสำหรับสมาชิกในทีมที่ประสบความสำเร็จ อย่างไรก็ตามยังมีการค้นพบการค้นพบใหม่ความคิดริเริ่ม

ดังนั้นงานวิจัยนี้สามารถสรุปได้ว่ากรอบแนวคิดของสมาชิกทีมสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับปัจจัยลักษณะ 5 ประการ ได้แก่ การสื่อสารความภาคภูมิใจและความมุ่งมั่น เป้าหมายและทิศทางเดียวกันความไว้วางใจและความคิดริเริ่ม ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นล้วนเกี่ยวข้องกับสมาชิกในทีมที่ประสบความสำเร็จ อย่างไรก็ตามยังมีการค้นพบการค้นพบใหม่ความคิดริเริ่ม ดังนั้นงานวิจัยนี้สามารถสรุปได้ว่ากรอบแนวคิดของสมาชิกทีมสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับปัจจัยลักษณะ 5 ประการ ได้แก่ การสื่อสารความภาคภูมิใจและความมุ่งมั่น เป้าหมายและทิศทางเดียวกันความไว้วางใจและความคิดริเริ่ม ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นล้วนเกี่ยวข้องกับสมาชิกในทีมที่ประสบความสำเร็จ อย่างไรก็ตามยังมีการค้นพบการค้นพบใหม่ความคิดริเริ่ม ดังนั้นงานวิจัยนี้สามารถสรุปได้ว่ากรอบแนวคิดของสมาชิกทีมสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับปัจจัยลักษณะ 5 ประการ ได้แก่ การสื่อสารความภาคภูมิใจและความมุ่งมั่น เป้าหมายและทิศทางเดียวกันความไว้วางใจและความคิดริเริ่ม

กิติมา หงส์ศิริกาญจน์ (2563) ได้ศึกษาเรื่องลักษณะภาวะผู้นำของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จ ในประเทศไทย งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะภาวะผู้นำที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในประเทศไทยยุค 4.0 ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงลักษณะการทำธุรกิจ ทำให้การแข่งขันทวีความรุนแรงและรวดเร็วมากยิ่งขึ้นและส่งผลให้แนวคิดของธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นที่สนใจมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ผลจากงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าธุรกิจสตาร์ทอัพมากกว่า 75% ประสบกับความล้มเหลวในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพตั้งแต่ปีแรก และลดลงเรื่อย ๆ ในปีต่อ ๆ มาโดยหนึ่งในสาเหตุหลักมาจากภาวะผู้นำของตัวผู้ประกอบการสตาร์ทอัพเอง ในขณะที่ประเทศไทยก็มีผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จเพียงไม่ถึง 400 ราย ทั้ง ๆ ที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นจำนวนหลายหมื่นล้านบาท โดยที่ผลจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าปัจจัยหลักที่เป็นลักษณะผู้นำที่สำคัญประกอบไปด้วย 5 ปัจจัยหลักคือ ด้านการขอเข้าสังคม ด้านการเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ ด้านการวางแผนและการสร้างระบบ ด้านเหตุผล และด้านวิสัยทัศน์ อย่างไรก็ตามเมื่อทำการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 32 คน และการทำสนทนากลุ่มกับกลุ่มตัวอย่างอีก 7 คน ทำให้ค้นพบว่าตัวแปรด้านภาวะผู้นำที่สำคัญถึง 3 ตัวแปรได้ถูกตัดออก คือ ตัวแปรด้านการขอเข้าสังคม ด้านการวางแผนและการสร้างระบบ ด้านเหตุผล และจากการวิจัยทำให้ได้พบตัวแปรใหม่ที่สำคัญอีกสามตัวแปรคือ ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านการเรียนรู้ ด้านกล้าตัดสินใจ ทำให้การวิจัยในครั้งนี้สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรที่สำคัญของลักษณะภาวะผู้นำของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยประกอบด้วย 5 ตัวแปรคือ ลักษณะของคนที่มีลักษณะมนุษยสัมพันธ์ ลักษณะขอรับการเรียนรู้ ลักษณะการเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ ลักษณะของผู้ที่มีวิสัยทัศน์ และลักษณะการเป็นคนที่กล้าตัดสินใจ

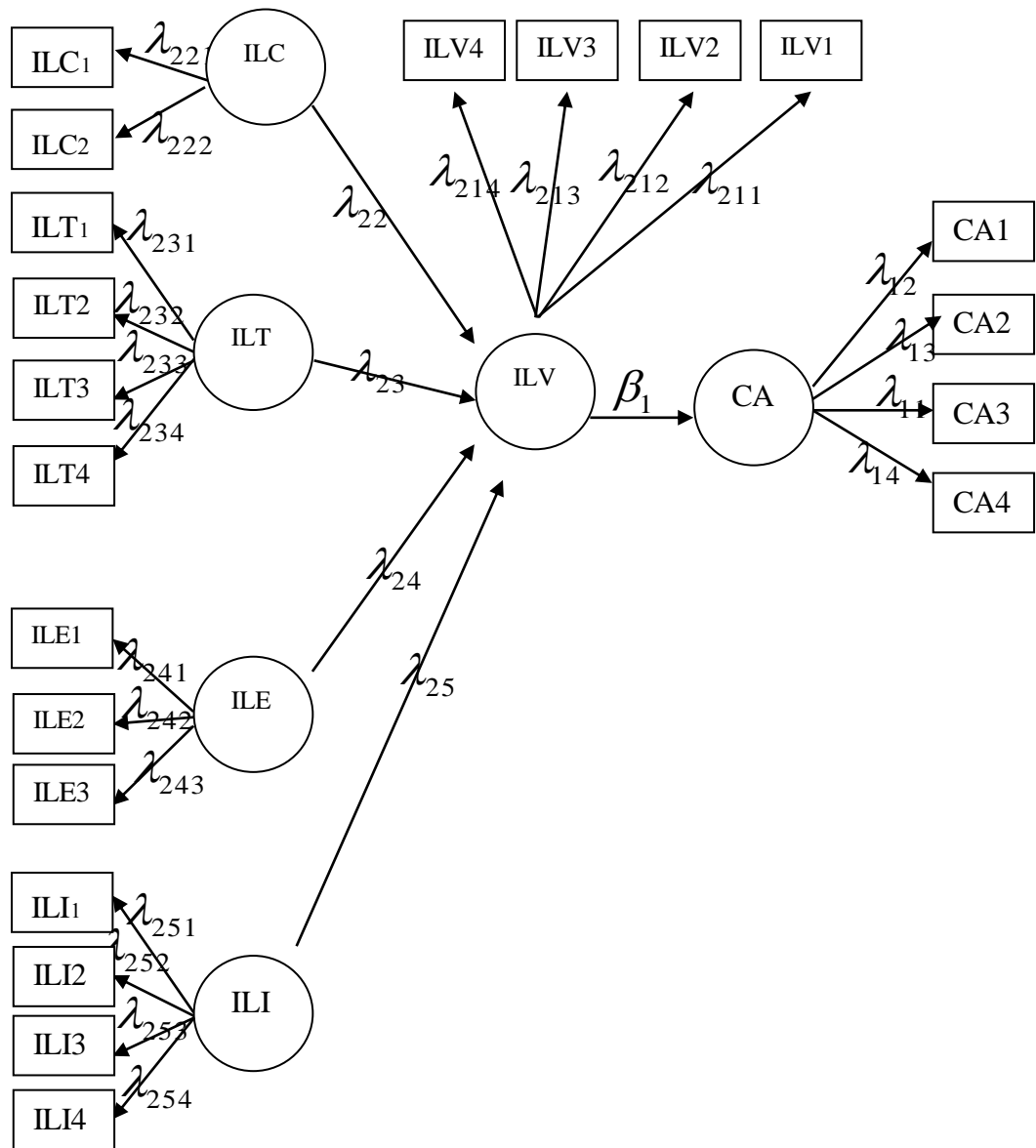
พรรรัตน์ แสงหาญ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพของ เจนเนอเรชัน Y ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ และปัจจัยเชิงสาเหตุในการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพของเจนเนอเรชัน Y ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก โดยสำรวจความคิดเห็นจากนิสิต/นักศึกษา ระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 ของสถาบันอุดมศึกษาที่จัดการสอนด้านการบริหารจัดการ ที่ตั้งอยู่ในเขตพัฒนาพิเศษ ภาคตะวันออก ซึ่งผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจจะทำงาน ในภาคเอกชนหลังสำเร็จการศึกษา และตัดสินใจทำงานอื่นก่อนเพื่อให้มีประสบการณ์ จากนั้น จึงจะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ ส่วนปัจจัยเชิงสาเหตุในการตัดสินใจประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ เป็นไปตามแนวคิดโมเดลการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วยความรู้ถึงความต้องการของ ตัวเองในการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ ทักษะและความสามารถในการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ ความพร้อมในการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ และมีปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจ สตาร์ทอัพ ที่ประกอบด้วยให้ความรู้และการให้คำปรึกษาของมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการเป็น ผู้ประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ และภาพลักษณ์ของสตาร์ทอัพ

อนัญญา บรรยงพิศุทธิ์ และ กัญญามน กาญจนาทวีกุล (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพด้านโลจิสติกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาลักษณะการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพด้านโลจิสติกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพด้านโลจิสติกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร และ (3) เพื่อหารูปแบบความสำเร็จของการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพด้านโลจิสติกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-dept Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Selection Interview) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งประกอบด้วย 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพด้านโลจิสติกส์ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 10 ราย 2) กลุ่มพนักงานองค์กรธุรกิจสตาร์ทอัพด้านโลจิสติกส์ จำนวน 20 ราย 3) กลุ่มผู้ใช้บริการของธุรกิจสตาร์ทอัพด้านโลจิสติกส์ จำนวน 10 ราย และ 4) กลุ่มนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้านการขนส่งโลจิสติกส์ จำนวน 10 ราย ผลการวิจัยพบว่า (1) ลักษณะการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพด้านโลจิสติกส์ คือ การขนส่งสินค้าเพื่อส่งมอบไปยังผู้รับปลายทาง โดยผู้ให้บริการขนส่งต้องรู้เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ในกระบวนการขนส่งโลจิสติกส์ทั้งหมด จึงจะทำให้สามารถเข้าใจปัญหาและมองภาพเดียวกับลูกค้าจนสามารถคิดแก้ปัญหาเพื่อตอบโจทย์และสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี (2) ปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพด้านโลจิสติกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าควรมีมาตรฐานระดับสากล ความใส่ใจและพิถีพิถันในทุกขั้นตอนของการจัดส่ง มีเครือข่ายในการจัดส่งสินค้าครอบคลุมทุกพื้นที่ รวมถึงรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายให้ลูกค้าเลือกตามความเหมาะสมกับลูกค้า มีระบบการติดตามและตรวจสอบ

สถานะของสินค้าที่จัดส่ง และควรมีฝ่ายบริการลูกค้าสัมพันธ์ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ใช้บริการที่เข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว และ (3) แนวทางความสำเร็จของการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพด้านโลจิสติกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มี 3 ขั้นตอน คือ 1) ผู้ให้บริการขนส่งต้องพัฒนาแอปพลิเคชันขนส่งของตนเองก่อน 2) บริหารจัดการเกี่ยวกับยานพาหนะของการขนส่ง และ 3) ทำการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างฐานลูกค้าให้แก่องค์กรธุรกิจต่อไป

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ดังแสดงในภาพที่ 2.9



ภาพที่ 2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากภาพที่ 2.9 กรอบแนวคิดภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี สามารถแสดงในรูปสมการได้ดังนี้

1. ตัวแบบสมการโครงสร้างที่ 1 สมการมาตรวัดของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ดังนี้

$$CA = \beta_0 + \beta_1 IL + \zeta_1$$

2. ตัวแบบสมการโครงสร้างที่ 2 สมการมาตรวัดของความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage-Com) ประกอบด้วย สมการมาตรวัดดังนี้

$$2.1 \quad CA = \lambda_0 + \lambda_{11} CA1 + \delta_{11}$$

$$2.2 \quad CA = \lambda_0 + \lambda_{12}CA2 + \delta_{12}$$

$$2.3 \quad CA = \lambda_0 + \lambda_{13}CA3 + \delta_{13}$$

$$2.4 \quad CA = \lambda_0 + \lambda_{14}CA4 + \delta_{14}$$

3. ตัวแบบสมการโครงสร้างที่ 3 สมการมาตรวัดของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership—Leader) ประกอบด้วย สมการมาตรวัดดังนี้

$$3.1 \quad IL = \lambda_0 + \lambda_{21}ILV + \delta_{21}$$




$$3.2 \quad IL = \lambda_0 + \lambda_{22}ILC + \delta_{22}$$

$$3.3 \quad IL = \lambda_0 + \lambda_{23}ILT + \delta_{23}$$

$$3.4 \quad IL = \lambda_0 + \lambda_{24}ILE + \delta_{24}$$

$$3.5 \quad IL = \lambda_0 + \lambda_{25}ILI + \delta_{25}$$

กำหนดตัวแปรและชื่อตัวแปร ดังนี้

ตัวแปร	ชื่อตัวแปร
	ตัวแปรแฝง (Latent Variable)
	ตัวแปรมาตรวัด (Manifest Variable)
	เส้นทางค่าน้ำหนักอิทธิพล โดยปลายเส้นจะอยู่ที่ตัวแปรส่งผล ส่วนหัวลูกศรจะชี้ไปยังตัวแปรที่รับผล
β	ค่าน้ำหนักของตัวแปรแฝงที่ส่งอิทธิพลเชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร
λ	ค่าน้ำหนักของสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่เก็บข้อมูล มาจริงกับตัวแปรแฝง
δ	ค่าความคลาดเคลื่อนในการวัดตัวแปรภายนอกเชิงสังเกต ค่าความคลาดเคลื่อนในการวัดตัวแปรภายในเชิงสังเกต
ϵ	ความคลาดเคลื่อนของตัวแปรแฝงภายใน
ζ	ตัวแปรแฝง (Latent Variable)
CA	1 ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage-Com)
CA1	1) ต้นทุนที่ต่ำ (Low cost)
CA2	2) การสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation)
CA3	3) การสร้างความแตกต่างด้านการตลาด (Marketing differentiation)
CA4	4) การสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Quality differentiation)
ILV	2 ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership-Leader)

- ILV1 1) การสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating)
- ILV2 2) การเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating)
- ILV3 3) การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing)
- ILV4 4) การเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model)
- ILC 3 ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking-Create)
- ILC1 1) จินตนาการ (Imagination)
- ILC2 2) ความยืดหยุ่น (Flexibility)
- ILT 4 การทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation-Teamwork)
- ILT1 1) บทบาทของสมาชิก (Member's role)
- ILT2 2) การมีเป้าหมายร่วม (Share vision)
- ILT3 3) การมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns)
- ILT4 4) มนุษย์สัมพันธ์ (Relations)
- ILE 5 ความมีจริยธรรม (Ethics)
- ILE1 1) ความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition)
- ILE2 2) พฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior)
- ILE3 3) สภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment)
- ILI 6 บรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere)
- ILI1 1) การให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)
- ILI2 2) การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization)
- ILI3 3) การคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking)
- ILI4 4) การใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support)

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาถึงความคิดเห็นของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นการศึกษาจากแนวคิดทฤษฎี การวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทางเอกสาร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงแบบผสมผสาน (mixed-methods research) ที่ใช้ทั้งวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) จากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามและวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) จากการสนทนากลุ่ม มีขั้นตอนในการวิจัยดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเริ่มจากวิเคราะห์ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี โดยกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์ศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้เข้าโครงการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ (Start up) เพื่อให้กลายเป็น SMEs ที่เป็นต้นแบบในการพัฒนาศักยภาพของ SMEs ไทยในการขยายธุรกิจได้อย่างยั่งยืน จัดโดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และสำนักงานจังหวัดนนทบุรี ตั้งแต่เริ่มโครงการ ปี 2559 จนถึงปี 2562 ได้เงินสนับสนุนภาครัฐและภาคเอกชน จนเป็นกลุ่มผู้ประกอบการการใหม่ (SME Startup) เป็นรวมทั้งสิ้น 4,085 กิจการ (ศูนย์ให้บริการ SME ครบวงจร แห่งที่ 10, 2563)

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้คำนึงถึงหลักเกณฑ์ความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้กับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม AMOS โดยการใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการเพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วย

วิธี Maximum Likelihood ตามข้อเสนอของ Hair, Black, Babin & Anderson (2010) ได้แนะนำว่าขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยควรมีขนาดตัวอย่าง 10-20 คน ต่อตัวแปรในการวิจัยหนึ่งตัวแปร ซึ่งโมเดลเชิงสาเหตุของคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรที่พัฒนาขึ้นในงานวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยทั้งหมด 21 ตัวแปร ดังนั้น ขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่เหมาะสม คือ 210 คน ซึ่งจากผลการคำนวณเป็นขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ ที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) และเพื่อป้องกันการส่งแบบสอบถามคืนอัตราที่ต่ำ ขาดความสมบูรณ์หรือสูญหาย ผู้วิจัยจึงใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม จำนวน 250 คน เพิ่มขึ้นมาอีก 20%

การสุ่มตัวอย่าง

การเลือกตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ไปทำการจัดเก็บข้อมูลตาม เขตการปกครองต่าง ๆ ชำรงต้น ที่ได้ทำการสุ่มตัวอย่างไว้

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างแนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

หลังจากวิเคราะห์ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี และได้สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) แล้ว ผู้วิจัยนำสมการโครงสร้างดังกล่าวไปสร้างรูปแบบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี โดยมีผู้เชี่ยวชาญในพิจารณาการสร้างรูปแบบนั้น ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 กลุ่ม เป็นจำนวน 15 คน ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี จะมีการเลือกตัวอย่างจำนวน 5 คน ประกอบสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี อย่างน้อย 3 ปีขึ้นไป

กลุ่มที่ 2 เจ้าหน้าที่ดูแลโครงการสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี มีการเลือกตัวอย่าง จำนวน 5 คน ได้แก่ เจ้าหน้าที่ดูแลโครงการสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี อยู่ดูแลอย่างน้อย 3 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน และระดับผู้บริหารโครงการสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี จำนวน 2 คน

กลุ่มที่ 3 นักวิชาการ จะใช้การเลือกตัวอย่าง จำนวน 5 คน ได้แก่ นักวิชาการผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจมีประสบการณ์ทางอาชีพอย่างน้อย 5 ปีขึ้นไป จบการศึกษาระดับปริญญาเอกสาขาการบริหารธุรกิจหรือปรัชญาการจัดการ หรือการบริหารทรัพยากรมนุษย์ หรือมีตำแหน่งทางวิชาการระดับรองศาสตราจารย์ขึ้นไป

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบบสอบถามเกี่ยวกับวิเคราะห์ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี แบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา เป็นต้น ซึ่งเป็นคำถามปลายปิดแบบเลือกตอบ (Check List) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจข้อมูลพื้นฐานของบุคลากรในการปฏิบัติงาน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership-Leader) มี ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ 1) การมีวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง 2) ความคิดสร้างสรรค์ 3) การทำงานเป็นทีมและมีส่วนร่วม 4) ความมีจริยธรรม และ 5) บรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรมและความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage-Com) มี ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ 1) ต้นทุนที่ต่ำ (Low cost) 2) การสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation) 3) การสร้างความแตกต่างด้านการตลาด (Marketing differentiation) 4) การสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Quality differentiation) โดยกำหนดไว้ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยกำหนดค่าระดับคะแนนเป็น 5 4 3 2 และ 1 ตามลำดับ

เกณฑ์การให้คะแนน

ข้อคำถามแบบมาตราส่วน แบ่งการวัดเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับคะแนน	ความหมาย
5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	เห็นด้วย
3	ไม่แน่ใจ
2	ไม่เห็นด้วย
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด

2. การสร้างแนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี โดยมีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งมีขั้นตอนและรายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้

1) ผู้วิจัยได้นำสมการโครงสร้างจากวิเคราะห์ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี มาพิจารณาและปรับปรุงเป็นแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง (Semi Structural Interview) แบ่งออก 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของเชี่ยวชาญ ทั้ง 3 ข้อ ได้แก่ ตำแหน่งปัจจุบัน วุฒิทางการศึกษา ประสบการณ์ทางทำงานในองค์กรที่ท่านสังกัด มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการสร้างแนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด ที่ผู้วิจัยได้สร้างแนวคำถามจากนิยามเชิงปฏิบัติการของตัวแปร โดยใช้วิธีการที่ยืดหยุ่นซึ่งผู้ตอบสามารถตอบคำถามหรือให้ความเห็นอื่นที่แตกต่างไปจากข้อคำถามที่กำหนดไว้ได้ เพื่อสร้างแนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 3 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางการสร้างแนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด ที่ผู้วิจัยได้สร้างแนวคำถามจากนิยามเชิงปฏิบัติการของตัวแปร โดยใช้วิธีการที่ยืดหยุ่นซึ่งผู้ตอบสามารถตอบข้อคำถามหรือให้ความเห็นอื่นที่แตกต่างไปจากข้อคำถามที่กำหนดไว้ได้ เพื่อหาแนวทางการใช้รูปแบบ

2) นำแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้างที่สร้างขึ้น นำไปเสนอประธานและกรรมการที่ปรึกษาคุณุณีพนธ์เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมในการใช้สำนวนภาษา และรูปแบบการจัดพิมพ์ ตลอดจนให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3) นำแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง ที่แก้ไขและปรับปรุงตามประธานและกรรมการที่ปรึกษาคุณุณีพนธ์ นำไปเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อสร้างรูปแบบต่อไป

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมาจากการศึกษาเอกสาร และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และกรอบแนวความคิดที่สร้างขึ้น โดยมีขั้นตอนตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

1) แบบสอบถามเกี่ยวกับวิเคราะห์ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี มีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

1.1) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ 5 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ความชัดเจนของข้อความ ความเหมาะสมและความสอดคล้องของเครื่องมือวิจัย (Mckeen & Smith, 2003: 51) โดย

หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Object Congruence--IOC) ของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งมีการให้คะแนนแบบสอบถามตามเกณฑ์ดังนี้

- +1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย
- 1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

นำผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญในแต่ละข้อไปหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ โดยมีสูตรคำนวณ ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ $\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ
 N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เมื่อพิจารณาคัดเลือกเฉพาะข้อรายการ (Items) ที่มีค่า IOC=0.80 -1.00 ซึ่งความสอดคล้องสูงกว่า 0.5 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ใช้ได้ ผู้วิจัยคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญโดยใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ประกอบไปด้วย

- (1) อาจารย์หรือนักวิชาการที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาเอกในสาขาที่เกี่ยวข้องกับสาขาบริหารธุรกิจ หรือสาขาทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 2 คน
- (2) เจ้าหน้าที่ดูแลโครงการสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี จำนวน 2 คน
- (3) ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ด้านการสร้างรูปแบบ จำนวน 1 คน

1.2) นำแบบสอบถามที่ประกอบไปด้วยข้อคำถามที่ได้จากการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องในข้อ 1.1) ไปนำเสนอแบบสอบถามเสนอกรรมการที่ปรึกษาฯ ปรึกษาเพื่อพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะ

1.3) หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลอง (Try-Out) กับกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มบุคคลที่ใช้ในการทดลองแบบสอบถามครั้งนี้ เป็นบุคลากรมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐอื่น ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย จำนวน 30 คน นำมาวิเคราะห์หาความตรงของเนื้อหา (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) (Cronbach, 2001: 164) ต้องอยู่ใน

เกณฑ์ใช้ได้มีค่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับ (Item-Total Correlation) มากกว่า 0.70 และมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ทั้งฉบับมากกว่า 0.80 สรุปผลการวิเคราะห์ความตรงตามเนื้อหา โครงสร้าง และหลักวิชาการ เรื่อง ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี รวมค่าเฉลี่ย IOC ทั้งหมดจำนวน 70 ข้อ เท่ากับ 0.89 โดยพิจารณาแต่ละข้อ พบว่า มีค่า IOC มากกว่า 0.5 จำนวน 70 ข้อ และมีค่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับ (Item-Total Correlation) มากกว่า 0.70 และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ทั้งฉบับจำนวน 70 เท่ากับ .943 มากกว่า 0.80 มีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) อยู่ระดับสูงมาก

1.4) นำแบบสอบถามเกี่ยวกับวิเคราะห์ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีฉบับสมบูรณ์ไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาต่อไป

2) แบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้างสำหรับสร้างแนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี มีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

2.1) ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้างสำหรับสร้างแนวทางพัฒนาเสนอผู้เชี่ยวชาญ 5 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ความชัดเจนของข้อความ ความเหมาะสมและความสอดคล้องของเครื่องมือวิจัย (Mckeen & Smith, 2003: 51) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Object Congruence-IOC) ของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งมีการให้คะแนนแบบสอบถามตามเกณฑ์ดังนี้

+1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อความมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อความมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

-1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อความไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

นำผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญในแต่ละข้อไปหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์ โดยมีสูตรคำนวณ ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ $\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เมื่อพิจารณาคัดเลือกเฉพาะข้อรายการ (Items) ที่มีค่า IOC=0.80 - 1.00 ซึ่งความสอดคล้องสูงกว่า 0.5 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ใช้ได้ ผู้วิจัยคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญโดยใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ประกอบไปด้วย

(1) อาจารย์หรือนักวิชาการที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาเอกในสาขาที่เกี่ยวข้องกับสาขารัฐประศาสนศาสตร์ หรือสาขาทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 2 คน

(2) ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบงานบริหารทรัพยากรบุคคลของมหาวิทยาลัย จำนวน 2 คน

(3) ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ด้านการสร้างรูปแบบ จำนวน 1 คน

2.2) นำแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้างสำหรับสร้างแนวทางพัฒนาที่ประกอบไปด้วยข้อคำถามที่ได้จากการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องในข้อ 2.1) ไปนำเสนอแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้างสำหรับสร้างแนวทางพัฒนาเสนอกรรมการที่ปรึกษาคณาจารย์นิพนธ์เพื่อพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะ

2.3) นำแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้างสำหรับสร้างแนวทางพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีระดับสมบูรณ์ไปใช้เก็บข้อมูลกับผู้เชี่ยวชาญต่อไป

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนและกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้ในการวิจัยประกอบไปด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1) ขอนหนังสือแนะนำตัว และหนังสือขอความอนุเคราะห์ จากหลักสูตรคณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ เพื่อเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ในการขอเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถาม อาจจะไปส่งมอบด้วยตนเองยังส่วนงานที่ได้ประสาน เพื่อช่วยแจกแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูล หรือใช้การจัดส่งทางไปรษณีย์ โดยเจ้าหน้าที่พร้อมกับติดดวงตราไปรษณียากรไว้เรียบร้อยแล้ว

2) เมื่อได้รับการนัดหมาย จึงทำการจัดส่งเอกสาร และข้อคำถามที่เกี่ยวกับการสัมภาษณ์ไปยังผู้ให้ข้อมูล เพื่อได้เตรียมความพร้อมในการตอบข้อคำถาม พร้อมทั้งจัดเตรียมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้มาประกอบ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงแบบผสมผสาน (mixed-methods research) ที่ใช้ทั้งวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) จากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามและวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) จากการสนทนากลุ่ม มี เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี โดยแบ่งลักษณะของการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่ทำการศึกษาเป็น 2 ประเภท คือ

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ผ่านทางระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารตำราวิชาการ ผลงานวิจัย บทความ วิทยานิพนธ์ จากหน่วยงานต่าง ๆ อาทิ ห้องสมุดวิทยาลัยราชพฤกษ์ หอสมุดแห่งชาติ และข้อมูล ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี รวมทั้งค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมทางอินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์ (Website) ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษา ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง โดยมีแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ดังนี้

1) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม โดยใช้การทดสอบทางสถิติ ดังนี้

1.1) การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสถิติเชิงพรรณนา (Quantitative Statistic Descriptive Analysis) โดยใช้สถิติ ดังนี้

(1) วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น เพื่อให้ทราบลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง และแจกแจงของตัวแปรโดยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ของแต่ละรายการ

(2) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของวิเคราะห์ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี โดยใช้ในการคำนวณค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และแปลผลคะแนนเฉลี่ยมีเกณฑ์ (วิจิต อ้วน, 2550) โดยใช้เกณฑ์ดังนี้

จากสูตรคำนวณระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้สูตรคำนวณ ช่วงความกว้างของชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของชั้น} &= \frac{\text{พิสัย (คะแนนสูงสุด-คะแนนต่ำสุด)}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21-5.00	เห็นด้วยในระดับมากที่สุด
3.41-4.20	เห็นด้วยในระดับมาก
2.61-3.40	เห็นด้วยในระดับปานกลาง
1.81-2.60	เห็นด้วยในระดับน้อย
1.00-1.80	เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

1.2) การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสถิติเชิงอนุมาน (Quantitative Statistic Inferential analysis) เป็นการนำวิธีทางสถิติมาใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Statistics) เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทุกตัวแปร และหาระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อม ด้วยตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model-SEM) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน Confirmatory Factor Analysis (CFA) เป็นขั้นตอนการประมาณค่าพารามิเตอร์ การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล และการตีความการวิเคราะห์โดยผู้วิจัยแบ่งขั้นตอนการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเป็นวิธีที่ผสมกันระหว่าง 2 วิธี ได้แก่ 1) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และ 2) การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis: PA) (กรีซ แร่งสูงเนิน, 2554) (Structural Equation Modeling: SEM) ด้วยโปรแกรม AMOS (กัลยา วานิชย์ บัญชา, 2557: 33-42) ดังนั้นผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลใน 2 ลักษณะ ดังนี้

(1) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต (Observed Variable) กับตัวแปรแฝง (Latent Variable) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตจำนวน 28 ตัวแปรกับตัวแปรแฝงจำนวน 7 ตัวแปร

(2) การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เป็นการวิเคราะห์ระหว่างตัวแปรแฝง (Latent Variable) โดยการทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรแฝงทั้ง 7 ตัวแปร ได้แก่ ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage-Com) ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership-Leader) การมีวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง (Visionary and Leading Change-Vision) ความคิด

สร้างสรรค์ (Creative Thinking-Create) การทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation-Teamwork) ความมีจริยธรรม (Ethics) บรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Organization)

ขั้นตอนการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างโดยการใช้โปรแกรม AMOS โมเดลสมการโครงสร้างประกอบด้วยตัวแปรแฝง (Latent Variables) เป็นตัวแปรที่ไม่สามารถวัดค่าได้โดยตรงแต่จะประมาณค่าได้จากตัวแปรสังเกต (Observed Variables) ของแต่ละตัวแปรแฝง โดยตัวแปรแฝงแทนด้วยสัญลักษณ์รูปวงรี และตัวแปรสังเกตแทนด้วยสัญลักษณ์รูปสี่เหลี่ยม ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างโดยใช้โปรแกรม มีขั้นตอนหลัก ๆ 6 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 กำหนดและวาดโมเดลองค์ประกอบความสัมพันธ์ (Model Specification) ระหว่างตัวแปรสังเกต (Observed Variable) และตัวแปรแฝง (Latent Variable) ที่มีหลักการมา จากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 เพื่อบอกถึงโครงสร้างของโมเดลที่ต้องการศึกษา

ขั้นที่ 2 เชื่อมข้อมูลตัวแปรที่บันทึกในโปรแกรม SPSS ไว้ก่อนแล้วเข้าไปสู่โปรแกรม AMOS Version 18 เพื่อให้ตัวแปรอิสระในโมเดลมีค่าตัวเลขเพื่อการวิเคราะห์

ขั้นที่ 3 เลือกสถิติที่ต้องการให้โปรแกรมวิเคราะห์ เพื่อนำมาใช้ในการรายงานผลการวิเคราะห์ โดยเลือกสถิติที่ต้องวิเคราะห์จากหน้าจอ Analysis properties หัวข้อ Estimation (เลือก Maximum Likelihood), Bias (เลือก Unbiased), Output (เลือก Maximization History, Standardized Estimates, Squared Multiple Correlations, Sample Moments, Modification Indices และอื่น ๆ)

ขั้นที่ 4 ดำเนินการให้โปรแกรม AMOS วิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นที่ 4.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อการวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เนื่องจากได้กำหนดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตกับตัวแปรแฝงไว้ก่อน

ขั้นที่ 4.2 การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) จุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร โดยมีขั้นตอน 2 ส่วน คือ

ขั้นที่ 4.2.1 การประมาณค่าพารามิเตอร์

1) การกำหนดข้อมูลเฉพาะของโมเดล (Specification of The Model) เป็นการศึกษาว่าตัวแปรแฝงใดที่มีความสัมพันธ์ทางตรงและทางอ้อม ต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี โดยมีข้อตกลงเบื้องต้นของโมเดลว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดในโมเดลเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้น (Linear) เป็นความสัมพันธ์เชิงบวก (Additive) และเป็นความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Cause Relationship) หรือความสัมพันธ์ทาง

เดียว (Recursive Model) ระหว่างตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Variables) และตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Variables)

2) การระบุความเป็นไปได้ค่าเดียวของโมเดล (Identification of The Model) ผู้วิจัยใช้เงื่อนไขกฎที (T-Rule) คือ จำนวนพารามิเตอร์ที่ไม่ทราบค่าจะต้องน้อยกว่าหรือเท่ากับจำนวนสมาชิกในเมทริกซ์ความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมของกลุ่มตัวอย่าง (df เท่ากับหรือมากกว่า 0) หรือหากต้องการให้จำนวนพารามิเตอร์ที่ไม่ทราบค่าน้อยกว่าจำนวนสมาชิกในเมทริกซ์ความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมของกลุ่มตัวอย่าง ควรมีตัวบ่งชี้หรือตัวแปรสังเกตจำนวน 3 ตัวแปรเป็นอย่างน้อย (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542)

3) การประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดล (Parameter Estimation form The Model) ผู้วิจัยใช้การประมาณค่าโดยวิธี Maximum Likelihood (ML) ซึ่งเป็นวิธีที่แพร่หลายที่สุด วิธีนี้ใช้ฟังก์ชันความกลมกลืนที่ไม่ใช่ฟังก์ชันแบบเส้นตรง แต่ก็เป็นฟังก์ชันที่บอกความแตกต่างระหว่างเมทริกซ์ความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่คำนวณได้จากกลุ่มตัวอย่างอันเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์และเมทริกซ์ความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่ถูกสร้างขึ้นจากพารามิเตอร์ที่ประมาณค่าได้จากโมเดลที่เป็นสมมติฐาน ค่าประมาณของพารามิเตอร์ที่ได้ จากวิธี ML มีความคงเส้นคงวา (Consistency) มีประสิทธิภาพและความเป็นอิสระจากมาตรวัด การแจกแจงสุ่มของค่าประมาณพารามิเตอร์ที่ได้วิธี ML เป็นแบบปกติ และความแปรปรวนของ ค่าประมาณขึ้นอยู่กับขนาดของค่าพารามิเตอร์

การใช้โปรแกรม AMOS นิยมเลือกใช้วิธีการประมาณการแบบ Maximum Likelihood (ML) เนื่องจากเป็นวิธีการที่พยายามทดสอบว่า ชุดข้อมูลตัวแปรที่ได้จากการสังเกตนั้นสามารถนำมาสร้างเป็นโมเดลความสัมพันธ์ได้หรือไม่ โดยการหาค่าโดยการประมาณการ เปรียบเทียบเมทริกซ์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ได้จากการคำนวณกับเมทริกซ์ที่ได้จากการสังเกต และจะมีการปรับค่าให้ใกล้เคียงกันมากที่สุด นอกจากนี้วิธีการนี้ยังกำหนดให้ข้อมูลตัวอย่างที่เก็บได้ ต้องมีการกระจายปกติหลายตัวแปร (Multivariate Normal Distribution) (Arbuckle, 2007 และ Kline, 2011 อ้างใน นุจรี พิเชฐกุล และพนารัตน์ ปานมณี; Cunningham, 2008 อ้างใน กริช แรงสูงเนิน, 2554) โดยการเลือกวิธี Maximum Likelihood (ML) ในการวิเคราะห์จะให้ค่าสถิติที่สำคัญ เช่น ค่าไคสแควร์ (χ^2) ค่าพารามิเตอร์ของโมเดล ค่าน้ำหนักของตัวแปร ค่าความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปร ค่าเฉลี่ย ค่าความแปรปรวนของตัวแปรในโมเดล เป็นต้น

ขั้นที่ 4.2.2 การตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล (Goodness of Fit Measures) เพื่อศึกษาภาพรวมของโมเดลว่ามีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หรือไม่ ผู้วิจัยใช้ผลลัพธ์จากตารางสถิติ 3 กลุ่ม (ฮานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555) ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่ม Estimates เป็นกลุ่มที่รวบรวมค่าสถิติทั่วไปที่จะใช้ในการอธิบายค่าต่าง ๆ ของโมเดล โดยใช้ค่าสถิติค่าความสัมพันธ์และน้ำหนักความสัมพันธ์จากตาราง Regression Weight ที่ค่า p หากค่า $p < 0.05$ แสดงว่าความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่หากค่า $p > 0.05$ แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และตาราง Standardized Regression Weight เพื่อทราบค่าน้ำหนักความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปรและระหว่างตัวแปร

กลุ่มที่ 2 กลุ่ม Modification Indices เป็นกลุ่มที่แสดงค่า M.I จากตาราง Covariances เพื่อปรับแต่งองค์ประกอบให้ผ่านเกณฑ์และสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยแนวทางการปรับแต่งองค์ประกอบจะดำเนินการจากคู่มือโปรแกรมพบว่าค่าความคาดเคลื่อนมากที่สุดทีละคู่ก่อนแล้วจึงวิเคราะห์ใหม่ ถ้าองค์ประกอบยังไม่ผ่านเกณฑ์อีกจะปรับแต่งจากตัวแปรคู่มือที่โปรแกรมพบว่าค่าคลาดเคลื่อนรองลงมาไปตามลำดับ ซึ่งวิธีการปรับแต่งองค์ประกอบในสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์มี 3 วิธี ได้แก่ 1) วิธีตัดตัวแปรบางตัวออกไป โดยเลือกตัดตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักตัวแปร (Factor Loading) น้อยออกไป 2) วิธียุบรวมตัวแปร โดยเลือกรวมตัวแปรในคู่มือที่มีค่า M.I สูง ๆ แล้วสร้างตัวแปรใหม่แทน 3) วิธีการเชื่อมเส้นลูกศร โดยเพิ่มเส้นลูกศรแบบสองหัวเชื่อมระหว่างค่าความคลาดเคลื่อนคู่มือที่มีค่า M.I มากที่สุด เพราะการเพิ่มเส้นลูกศรจะทำให้ค่าพารามิเตอร์เพิ่มและทำให้ค่า df ลดลง เมื่อค่า df ลดลงจะมีผลทำให้ค่าสถิติดีขึ้น

กลุ่มที่ 3 กลุ่ม Model Fit เป็นกลุ่มที่แสดงว่าค่าสถิติต่าง ๆ เพื่อพิจารณาว่าโมเดลผ่านเกณฑ์หรือไม่ และเป็นการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยพิจารณาจากค่าดัชนีทดสอบความเหมาะสมของโมเดล (Model Fit) และเพื่อชี้ว่าโมเดลนั้น ๆ มีความน่าเชื่อถือเพียงใด โดยใช้ค่าดัชนีทดสอบความเหมาะสมของโมเดลจากตาราง 3.4 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล ดังนี้ (Byrne, 2001; นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542: 40; สุวิมล ทิรกานันท์, 2551: 9-63; เสรี ชัดแจ้ง, 2547: 15-42; ธาณินทร์ ศิลป์จารุ, 2555)

ตารางที่ 3.1 การตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลอง (Model)

ตัวชี้วัดความสอดคล้อง	ระดับการยอมรับ
1. ค่าความสัมพันธ์ระหว่างโมเดล (Chi-square Probability Level: CMIN-p)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติหรือค่า P-value สูงกว่า 0.05 ($p > .05$)
2. ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ χ^2/df (Relative Chi-square: CMIN/df)	ควรมีค่าน้อยกว่า 3.00
3. ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit index: GFI)	มากกว่า .90
4. ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA)	น้อยกว่า .08

จากตารางที่ 3.1 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ค่าดัชนีทั้ง 4 รายการ ได้แก่ CMIN-p, χ^2/df , GFI และ RMSEA มาทดสอบความสอดคล้อง กลมกลืนของโมเดลตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดดังนี้

1. ค่าความสัมพันธ์ระหว่างโมเดล (Chi-square Probability Level: CMIN-p) เป็นค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ถ้าค่าสถิติไคสแควร์มีค่าสูงมาก และมีนัยสำคัญทางสถิติแสดงว่าฟังก์ชันความกลมกลืนมีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรืออีกนัยหนึ่ง คือโมเดลตามสมมติฐานยังไม่กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งผู้วิจัยต้องดำเนินการปรับโมเดลต่อไปจนค่าสถิติไคสแควร์ที่ทดสอบไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p) มากกว่า 0.05 จึงแสดงว่าโมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2. ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (Chi-Square Statistic Comparing The Tested Model and The Independent Model With The Saturated Model (χ^2/df) ค่า χ^2/df เป็นค่าไคสแควร์ (Chi-Square: χ^2)หารด้วยค่า Degrees of Freedom โดยทั่วไปแล้วค่าที่ได้ที่น้อยกว่า 3 จะเป็นค่าที่ดีและค่าที่เข้าใกล้หรือเท่ากับ 0 จะเป็นค่าที่ดีที่สุด

3. ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) ควรอยู่ระหว่าง 0-1 โดยค่า 1 หมายถึงค่าชี้วัดที่แสดงว่าโมเดลนั้น ๆ มีความสอดคล้องกลมกลืนที่สุด แต่หากหากค่า GFI มีค่าดัชนีมากกว่า 0.90 เป็นระดับที่โมเดลควรถูกยอมรับ

4. ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Squared Error of Approximation: RMSEA) เป็นค่าสถิติจากข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับค่าไคสแควร์ ว่าโมเดลตามสมมติฐานมีความเที่ยงตรงนั้นไม่สอดคล้องกับความจริง RMSEA ควรมีค่าอยู่ระหว่าง 0.05-0.08 หรือน้อยกว่า 0.08 ซึ่งแสดงว่าโมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และค่าที่เข้าใกล้ 0 ถือว่าเป็นค่าที่ดีที่สุด

สถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์นั้นใช้พิจารณาโมเดลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ หากค่าสถิติที่คำนวณได้ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดต้องปรับโมเดลใหม่ โดยอาศัยเหตุผลเชิงทฤษฎีและค่าดัชนีปรับแต่งโมเดล (Model Modification Indices) ซึ่งเป็นค่าสถิติเฉพาะของพารามิเตอร์แต่ละตัวทำการปรับโมเดล จนได้โมเดลที่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์และมีค่าสถิติตามเกณฑ์ที่กำหนด

ขั้นที่ 5 ผู้วิจัยทำการปรับโมเดลใหม่ (Re-specified Model) หากพบว่าผลการวิเคราะห์แสดงถึงการไม่ยอมรับในโมเดล จะทำการปรับโมเดลตามคำแนะนำของค่า M.I (Modification Indices) จากนั้นจึงทำการให้โปรแกรม AMOS วิเคราะห์ใหม่อีกครั้ง จนกระทั่งผลการวิเคราะห์เป็นที่ยอมรับ

ขั้นที่ 6 แปลผลการวิเคราะห์สถิติที่ได้ เป็นการสรุปผลงานวิจัยตามค่าสถิติที่กำหนดไว้ เพื่อตอบวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัย

2. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง ผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมายที่จะค้นหาทฤษฎีมูลฐาน (Grounded Theory) ซึ่งเป็นทฤษฎีหรือข้อสรุปที่สร้างขึ้นมาอย่างเป็นระบบจากข้อมูลรูปธรรม โดยจะวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการศึกษาเอกสาร จากแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง เพื่อนำมาสังเคราะห์ตีความหาข้อสรุป แล้วนำเสนอข้อค้นพบด้วยการอธิบายเชิงพรรณนา โดยใช้หลักการให้เหตุผลในเชิงตรรกวิทยา (Logical Reasoning) ที่ประกอบด้วยอุปนัย (Induction) จากส่วนย่อยไปส่วนใหญ่ และการบรรยายเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analytic) ซึ่งอาศัยกรอบแนวคิดและทฤษฎีทางวิชาการที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังรายละเอียดที่กล่าวมาแล้วในบทที่ 2 มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเชิงอธิบาย เพื่อให้สามารถตอบคำถามการวิจัยได้อย่างครบถ้วนและเชื่อถือได้ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผ่านการตีความเพื่อให้ความหมายของข้อมูลไปสู่ข้อสรุปภายใต้หมวดหมู่ที่กำหนดไว้ในกรอบคิด ส่วนข้อมูลที่ไม่ได้อยู่ภายใต้หมวดหมู่ที่กำหนดในทางทฤษฎี ผู้วิจัยทำการกำหนดหมวดหมู่เพิ่มเติมและเรียงร้อยเรื่องราวจนครบผู้เชี่ยวชาญที่กำหนดไว้ เมื่อเสร็จสิ้นแล้วจึงนำข้อมูลมารวบรวมประมวลผลและนำข้อค้นพบที่ได้มาวิเคราะห์ร่วมกับผลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ประกอบด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) นำเสนอ เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี 2) เพื่อการสร้างแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี และ 3) เพื่อตรวจสอบแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ผลการวิเคราะห์ โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

4.1 ตอนที่ 1 ผลการศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

4.1.1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามปลายปิดแบบเลือกตอบ (Check List) ทำการวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา คือ จำนวนและร้อยละ

4.1.2 ผลความคิดเห็นของปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ และปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำ ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดไว้ 5 ระดับ ทำการวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.1.3 ผลความคิดเห็นของปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ และปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดไว้ 5 ระดับ ทำการวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.1.4 ผลความคิดเห็นของปัจจัยความคิดสร้างสรรค์ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านจินตนาการ และปัจจัยด้านความยืดหยุ่น ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วน

ประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดไว้ 5 ระดับ ทำการวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.1.5 ผลความคิดเห็นของปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านบทบาทของสมาชิก ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน และปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดไว้ 5 ระดับ ทำการวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.1.6 ผลความคิดเห็นของปัจจัยความมีจริยธรรม แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดไว้ 5 ระดับ ทำการวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.1.7 ผลความคิดเห็นของปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรมแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ และปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดไว้ 5 ระดับ ทำการวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.1.8 ศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี วิเคราะห์องค์ประกอบที่สำคัญ (factor analysis) โดยใช้สถิติ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และ การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis: PA)

4.2 ตอนที่ 2 ผลการสร้างแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

4.2.1 ผลสร้างร่างแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

4.2.2 ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของสร้างแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิเคราะห์ รายละเอียดดังนี้

4.1 ตอนที่ 1 ผลการศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

การศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี แบ่งออกเป็น 7 ส่วน ผลการวิเคราะห์ รายละเอียดดังนี้

4.1.1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา คือ จำนวนและร้อยละ

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของ สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	143	57.20
หญิง	107	42.80
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เพศชาย จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 57.2 รองลงเพศหญิง จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	40	16.00
31-40 ปี	105	42.00
41-50 ปี	67	26.80
มากกว่า 50 ปี	38	15.20
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่อายุ 31-40 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงอายุ 41-50 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 อายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของ สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	36	14.40
ปริญญาตรี	105	42.00
ปริญญาโท	109	43.60
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 รองลงระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 42 และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 ตามลำดับ

4.1.2 ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน

ผลความคิดเห็นของปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ และปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำ ทำการวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน

ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม	3.39	0.271	ปานกลาง
2) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด	3.21	0.442	ปานกลาง
3) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ	3.37	0.452	ปานกลาง
4) ปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำ	3.41	0.372	มาก
รวม	3.34	0.652	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.34$, $SD=0.652$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.41$, $SD=0.372$) อันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.39$, $SD=0.271$) อันดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.37$, $SD=0.452$) และอันดับที่ 4 คือ ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.21$, $SD=0.442$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน จำแนกปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม

ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) มีการผลิตและการทำตลาดของสินค้าใหม่	3.38	0.335	ปานกลาง
2) มีการวิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ	3.35	0.307	ปานกลาง
3) ปริมาณของสินค้าใหม่ที่ออกสู่ตลาด	3.24	0.344	ปานกลาง
4) สินค้าที่ออกสู่ตลาดมีเทคโนโลยีต่างจากของเดิม	3.58	0.469	มาก
รวม	3.39	0.271	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน จำแนกปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.39$, $SD=0.271$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ สินค้าที่

ออกสู่ตลาดมีเทคโนโลยีต่างจากของเดิมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.58$, $SD=0.469$) อันดับที่ 2 คือ มีการผลิตและการทำตลาดของสินค้าใหม่มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.38$, $SD=0.335$) อันดับที่ 3 คือ มีการวิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.35$, $SD=0.307$) และ อันดับที่ 4 คือ ปริมาณของสินค้าใหม่ที่ออกสู่ตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.24$, $SD=0.344$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน จำแนกปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด

ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) มีตราสินค้า/มีเอกลักษณ์ของบริษัท	3.14	0.477	ปานกลาง
2) มีช่องทางในการกระจายสินค้าที่แน่นอน	3.26	0.317	ปานกลาง
3) มีความหลากหลายของตัวสินค้า	3.22	0.359	ปานกลาง
รวม	3.21	0.442	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน จำแนกปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.21$, $SD=0.442$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ มีช่องทางในการกระจายสินค้าที่แน่นอนมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.26$, $SD=0.317$) อันดับที่ 2 คือ มีความหลากหลายของตัวสินค้ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.22$, $SD=0.359$) และอันดับที่ 3 คือ มีตราสินค้า/มีเอกลักษณ์ของบริษัทมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.14$, $SD=0.477$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน จำแนกปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) มีการเข้มงวดในการควบคุมคุณภาพสินค้า	3.35	0.377	ปานกลาง
2) มีการทำเลียนแบบของกระบวนการผลิตที่ดีในอุตสาหกรรมอื่น ๆ หรืออุตสาหกรรมใกล้เคียง	3.38	0.470	ปานกลาง
3) มีการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความคาดหวังของลูกค้า	3.41	0.495	มาก
4) มีการตอบสนองต่อลูกค้าอย่างรวดเร็ว	3.34	0.326	ปานกลาง
รวม	3.37	0.452	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน จำแนกปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.37$, $SD=0.452$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ มีการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความคาดหวังของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.41$, $SD=0.495$) อันดับที่ 2 คือ มีการทำเลียนแบบของกระบวนการผลิตที่ดีในอุตสาหกรรมอื่น ๆ หรืออุตสาหกรรมใกล้เคียงมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.38$, $SD=0.47$) อันดับที่ 3 คือ มีการเข้มงวดในการควบคุมคุณภาพสินค้านี้มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.35$, $SD=0.377$) และอันดับที่ 4 คือ มีการตอบสนองต่อลูกค้าอย่างรวดเร็วมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.34$, $SD=0.326$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน จำแนกปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำ

ปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) มีการปรับปรุงประสิทธิภาพและผลผลิตของพนักงาน	3.41	0.345	มาก
2) มีการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการ-ผลิต	3.34	0.479	ปานกลาง
3) มีการลดค่าใช้จ่ายทุกหน่วยงานในองค์กร	3.36	0.460	ปานกลาง
4) มีการลดต้นทุนทุก ๆ ขั้นตอนของกระบวนการผลิต	3.41	0.317	มาก
5) มีการนำเทคโนโลยีหรืออุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการผลิต	3.52	0.498	มาก
รวม	3.41	0.372	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน จำแนกปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.41$, $SD=0.372$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ มีการนำเทคโนโลยีหรืออุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการผลิตมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.52$, $SD=0.498$) อันดับที่ 2 คือ มีการปรับปรุงประสิทธิภาพและผลผลิตของพนักงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.41$, $SD=0.345$) อันดับที่ 3 คือ มีการลดต้นทุนทุก ๆ ขั้นตอนของกระบวนการผลิตมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.41$, $SD=0.317$) อันดับที่ 4 คือ มีการลดค่าใช้จ่ายทุกหน่วยงานในองค์กรมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.36$, $SD=0.46$) และอันดับที่ 5 คือ มีการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการ-ผลิตมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.34$, $SD=0.479$) ตามลำดับ

4.1.3 ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม

ผลความคิดเห็นของปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ และปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี ทำการวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม

ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง	3.28	0.343	ปานกลาง
2) ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์	3.32	0.293	ปานกลาง
3) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์	3.39	0.367	ปานกลาง
4) ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี	3.34	0.405	ปานกลาง
รวม	3.33	0.543	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.33$, $SD=0.543$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.39$, $SD=0.367$) อันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดีมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.34$, $SD=0.405$) อันดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.32$, $SD=0.293$) และอันดับที่ 4 คือ ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลงมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.28$, $SD=0.343$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม จำแนกปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง

ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) ผู้นำองค์กรระบุนโยบายวิสัยทัศน์มุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมเพื่อเคลื่อนไหวกระบวนการทำงานขององค์กร	3.21	0.444	ปานกลาง
2) วิสัยทัศน์ขององค์กรมีความแปลกใหม่ท้าทาย เป็นไปได้และเหมาะสมในการนำไปเป็นหลักในการพัฒนาองค์กร	3.32	0.449	ปานกลาง
3) ผู้นำองค์กรและพนักงานร่วมกันทำยุทธศาสตร์เชิงรุก เพื่อนำวิสัยทัศน์สู่การปฏิบัติ	3.30	0.443	ปานกลาง
รวม	3.28	0.343	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม จำแนกปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.28$, $SD=0.343$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ วิสัยทัศน์ขององค์กรมีความแปลกใหม่ท้าทาย เป็นไปได้และเหมาะสมในการนำไปเป็นหลักในการพัฒนาองค์กรมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.32$, $SD=0.449$) อันดับที่ 2 คือ ผู้นำองค์กรและพนักงานร่วมกันทำยุทธศาสตร์เชิงรุก เพื่อนำวิสัยทัศน์สู่การปฏิบัติมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.3$, $SD=0.443$) และอันดับที่ 3 คือ ผู้นำองค์กรระบุวิสัยทัศน์มุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมเพื่อเคลื่อนไหวกระบวนการทำงานขององค์กรมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.21$, $SD=0.444$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม จำแนกปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์

ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) ผู้นำองค์กรสื่อสารวิสัยทัศน์ที่มุ่งยกระดับคุณภาพการจัดการ อย่างเป็นรูปธรรมแก่พนักงานในองค์กร	3.36	0.465	ปานกลาง
2) ผู้นำองค์กรมีการสื่อสารการดำเนินการตามวิสัยทัศน์อย่าง ต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานทราบถึงทิศทางการการขับเคลื่อน องค์กร	3.36	0.463	ปานกลาง
3) ผู้นำองค์กรร่วมประชุมเพื่อกำหนดค่านิยมร่วมในการ เปลี่ยนแปลงร่วมกัน ทั้งองค์กร	3.24	0.442	ปานกลาง
รวม	3.32	0.293	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม จำแนกปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.32$, $SD=0.293$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ผู้นำองค์กรสื่อสารวิสัยทัศน์ที่มุ่งยกระดับคุณภาพการจัดการอย่างเป็นรูปธรรมแก่พนักงานในองค์กรมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.36$, $SD=0.465$) อันดับที่ 2 คือ ผู้นำองค์กรมีการสื่อสารการดำเนินการตามวิสัยทัศน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานทราบถึงทิศทางการการขับเคลื่อนองค์กรมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.36$, $SD=0.463$) และอันดับที่ 3 คือ ผู้นำองค์กรร่วมประชุมเพื่อกำหนดค่านิยม

ร่วมในการเปลี่ยนแปลงร่วมกัน ทั้งองค์การมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.24$, $SD=0.442$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม จำแนกปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์

ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) ผู้นำองค์การและพนักงานแสดงความเชื่อมั่นในวิสัยทัศน์	3.21	0.344	ปานกลาง
2) ผู้นำองค์การนำวิสัยทัศน์สู่การปฏิบัติ โดยกำหนดยุทธศาสตร์ในการปฏิบัติงานของพนักงาน	3.47	0.403	มาก
3) ผู้นำองค์การมีการมอบหมายงานและให้อิสระในการตัดสินใจ และการแก้ปัญหาในการทำงานของพนักงาน	3.50	0.495	มาก
4) ผู้นำองค์การมีการจัดประชุมปรึกษาหารือเพื่อปรับโครงสร้างองค์การ เพื่อให้สอดคล้องกับภาระที่ต้องปฏิบัติ และเน้นการกระจายอำนาจ	3.36	0.456	ปานกลาง
รวม	3.39	0.367	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม จำแนกปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.39$, $SD=0.367$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ผู้นำองค์การมีการมอบหมายงานและให้อิสระในการตัดสินใจและการแก้ปัญหาในการทำงานของพนักงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.5$, $SD=0.495$) อันดับที่ 2 คือ ผู้นำองค์การนำวิสัยทัศน์สู่การปฏิบัติ โดยกำหนดยุทธศาสตร์ในการปฏิบัติงานของพนักงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.47$, $SD=0.403$) อันดับที่ 3 คือ ผู้นำองค์การมีการจัดประชุมปรึกษาหารือเพื่อปรับโครงสร้างองค์การ เพื่อให้สอดคล้องกับภาระที่ต้องปฏิบัติ และเน้นการกระจายอำนาจมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.36$, $SD=0.456$) และอันดับที่ 4 คือ ผู้นำองค์การและพนักงานแสดงความเชื่อมั่นในวิสัยทัศน์มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.21$, $SD=0.344$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม จำแนกปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี

ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) ผู้นำองค์กรและพนักงานร่วมกำหนดเกณฑ์และมาตรฐานการปฏิบัติงานและผู้บริหารเป็นแบบอย่างที่ดีในการปฏิบัติตามเกณฑ์และมาตรฐาน	3.34	0.471	ปานกลาง
2) ผู้นำองค์กรมีความสามารถในการแก้ปัญหาความขัดแย้งอย่างสร้างสรรค์และเป็นยุติธรรมสำหรับทุกคน	3.17	0.329	ปานกลาง
3) ผู้นำองค์กรมีความสามารถในการสร้างพนักงานต้นแบบให้เป็นแบบอย่างให้พนักงานปฏิบัติตาม	3.51	0.450	มาก
รวม	3.34	0.405	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม จำแนกปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.34$, $SD=0.405$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ผู้นำองค์กรมีความสามารถในการสร้างพนักงานต้นแบบให้เป็นแบบอย่างให้พนักงานปฏิบัติตามมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.51$, $SD=0.45$) อันดับที่ 2 คือ ผู้นำองค์กรและพนักงานร่วมกำหนดเกณฑ์และมาตรฐานการปฏิบัติงานและผู้บริหารเป็นแบบอย่างที่ดีในการปฏิบัติตามเกณฑ์และมาตรฐานมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.34$, $SD=0.471$) และอันดับที่ 3 คือ ผู้นำองค์กรมีความสามารถในการแก้ปัญหาความขัดแย้งอย่างสร้างสรรค์และเป็นยุติธรรมสำหรับทุกคนมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.17$, $SD=0.329$) ตามลำดับ

4.1.4 ปัจจัยความคิดสร้างสรรค์

ผลความคิดเห็นของปัจจัยความคิดสร้างสรรค์ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านจินตนาการ และปัจจัยด้านความยืดหยุ่น ทำการวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความคิดสร้างสรรค์

ปัจจัยความคิดสร้างสรรค์	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) ปัจจัยด้านจินตนาการ	3.39	0.383	ปานกลาง
2) ปัจจัยด้านความยืดหยุ่น	3.58	0.425	มาก
รวม	3.49	0.604	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยความคิดสร้างสรรค์ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.49$, $SD=0.604$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านความยืดหยุ่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.58$, $SD=0.425$) และอันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านจินตนาการมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.39$, $SD=0.383$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความคิดสร้างสรรค์ จำแนกปัจจัยด้านจินตนาการ

ปัจจัยด้านจินตนาการ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) ผู้นำองค์กรมีการคิดวิเคราะห์และการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบในการทำงาน	3.46	0.330	มาก
2) ผู้นำองค์กรมีการสร้างทางเลือกใหม่ ๆ มีความคิดนอกกรอบเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและขับเคลื่อนการทำงาน	3.36	0.354	ปานกลาง
3) ผู้นำองค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานมีอิสระด้านความคิดในการวางแผนการทำงานของตนเองอย่างสร้างสรรค์	3.34	0.499	ปานกลาง
รวม	3.39	0.383	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยความคิดสร้างสรรค์ จำแนกปัจจัยด้านจินตนาการ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.39$, $SD=0.383$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ผู้นำองค์กรมีการคิดวิเคราะห์และการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบในการทำงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.46$, $SD=0.33$) อันดับที่ 2 คือ ผู้นำองค์กรมีการสร้างทางเลือกใหม่ ๆ มีความคิดนอกกรอบเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและขับเคลื่อนการทำงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.36$, $SD=0.354$) และอันดับที่ 3 คือ ผู้นำ

องค์การเปิดโอกาสให้พนักงานมีอิสระด้านความคิดในการวางแผนการทำงานของตนเองอย่างสร้างสรรค์มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.34$, $SD=0.499$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความคิดสร้างสรรค์ จำแนกปัจจัยด้านความยืดหยุ่น

ปัจจัยด้านความยืดหยุ่น	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) ผู้นำองค์การกระตุ้นให้พนักงานมีทางเลือกหลากหลายในการพัฒนางานใหม่ ๆ ให้เกิดนวัตกรรมการทำงาน	3.56	0.448	มาก
2) ผู้นำองค์การสร้างทางเลือกเพื่อสนับสนุนกระบวนการวิจัยในการแก้ปัญหาและพัฒนา	3.52	0.313	มาก
3) ผู้นำองค์การส่งเสริมพนักงานในการประยุกต์วิธีการปฏิบัติงานให้มีความสอดคล้องกับลักษณะงานและบริบทขององค์การ	3.67	0.452	มาก
รวม	3.58	0.425	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยความคิดสร้างสรรค์ จำแนกปัจจัยด้านความยืดหยุ่น ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.58$, $SD=0.425$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ผู้นำองค์การส่งเสริมพนักงานในการประยุกต์วิธีการปฏิบัติงานให้มีความสอดคล้องกับลักษณะงานและบริบทขององค์การมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.67$, $SD=0.452$) อันดับที่ 2 คือ ผู้นำองค์การกระตุ้นให้พนักงานมีทางเลือกหลากหลายในการพัฒนางานใหม่ ๆ ให้เกิดนวัตกรรมการทำงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.56$, $SD=0.448$) และอันดับที่ 3 คือ ผู้นำองค์การสร้างทางเลือกเพื่อสนับสนุนกระบวนการวิจัยในการแก้ปัญหาและพัฒนา มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.52$, $SD=0.313$) ตามลำดับ

4.1.5 ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม

ผลความคิดเห็นของปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านบทบาทของสมาชิก ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน และปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ ทำการวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม

ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) ปัจจัยด้านบทบาทของสมาชิก	3.42	0.406	มาก
2) ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม	3.49	0.466	มาก
3) ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน	3.37	0.489	ปานกลาง
4) ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์	3.46	0.359	มาก
รวม	3.44	0.207	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยการทำงานเป็นทีม และการมีส่วนร่วม ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.44$, $SD=0.207$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.49$, $SD=0.466$) อันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.46$, $SD=0.359$) อันดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านบทบาทของสมาชิกมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.42$, $SD=0.406$) และอันดับที่ 4 คือ ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.37$, $SD=0.489$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม จำแนกปัจจัยด้านบทบาทของสมาชิก

ปัจจัยด้านบทบาทของสมาชิก	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) ผู้นำองค์การร่วมกับพนักงานจัดประชุมเพื่อกำหนดจุดมุ่งหมาย บทบาทเพื่อสร้างกิจการในการปฏิบัติงานตามความสามารถ และความถนัดของพนักงาน	3.40	0.445	ปานกลาง
2) ผู้นำองค์การและพนักงานร่วมจัดระบบและขั้นตอนการทำงาน ของบุคลากรในองค์การเพื่อสนับสนุนต่อการปฏิบัติงานร่วมกัน	3.42	0.447	มาก
3) ผู้นำองค์การมอบหมายขอบเขต อำนาจ หน้าที่ ความรับผิดชอบ ได้ชัดเจน มีความสอดคล้องในการปฏิบัติงานร่วมกัน	3.43	0.336	มาก
รวม	3.42	0.406	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยการทำงานเป็นทีม และการมีส่วนร่วม จำแนกปัจจัยด้านบทบาทของสมาชิก ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.42$, $SD=0.406$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ผู้นำองค์กร มอบหมายขอบเขต อำนาจ หน้าที่ ความรับผิดชอบ ได้ชัดเจน มีความสอดคล้องในการปฏิบัติงาน ร่วมกัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.43$, $SD=0.336$) อันดับที่ 2 คือ ผู้นำองค์กรและพนักงานร่วม จัดระบบและขั้นตอนการทำงานของบุคลากรในองค์กรเพื่อสนับสนุนต่อการปฏิบัติงานร่วมกันมี ค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.42$, $SD=0.447$) และอันดับที่ 3 คือ ผู้นำองค์กรร่วมกับพนักงานจัด ประชุมเพื่อกำหนดจุดมุ่งหมาย บทบาทเพื่อสร้างกิจการในการปฏิบัติงานตามความสามารถและความ ถนัดของพนักงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.4$, $SD=0.445$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม จำแนกปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม

ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) ผู้นำองค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานมีการสอนงานและ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมที่พัฒนาร่วมกัน	3.60	0.475	มาก
2) ผู้นำองค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานผลัดกันเป็นผู้นำ หรือผู้ตาม ในการปฏิบัติงานและวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดจากการปฏิบัติงาน	3.47	0.359	มาก
3) ผู้นำองค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานสะท้อนผลการทำงาน ร่วมกันอย่างต่อเนื่องและเสนอแนะแนวทางในการทำงานครั้ง ต่อไป	3.40	0.303	ปานกลาง
รวม	3.49	0.466	มาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและ การมีส่วนร่วม จำแนกปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.49$, $SD=0.466$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ผู้นำองค์กรเปิด โอกาสให้พนักงานมีการสอนงานและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมที่พัฒนาร่วมกันมี ค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.6$, $SD=0.475$) อันดับที่ 2 คือ ผู้นำองค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานผลัดกัน เป็นผู้นำ หรือผู้ตามในการปฏิบัติงานและวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดจากการปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.47$, $SD=0.359$) และอันดับที่ 3 คือ ผู้นำองค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานสะท้อนผลการทำงาน

ร่วมกันอย่างต่อเนื่องและเสนอแนะแนวทางในการทำงานครั้งต่อไปมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.4$, $SD=0.303$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม
จำแนกปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน

ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) ผู้นำองค์การใช้ความสามารถที่หลากหลายของพนักงานประกอบเป็นทีมงานเพื่อปฏิบัติภารกิจโดยไม่ยึดตามสายงานเพียงอย่างเดียว	3.38	0.332	ปานกลาง
2) ผู้นำองค์การส่งเสริมการปฏิบัติงานร่วมกันของพนักงานให้สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้นวัตกรรมกับองค์กรอื่นในรูปแบบเครือข่ายได้	3.31	0.350	ปานกลาง
3) ผู้นำองค์การส่งเสริมให้พนักงานมีการถ่ายทอดความรู้และแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกันและกันและเผยแพร่ความรู้แก่สมาชิกอยู่เสมอ	3.48	0.484	มาก
4) ผู้นำองค์การมีการนำผลการประเมินการปฏิบัติงานของบุคลากรมาพิจารณาประกอบในการกำหนดภาระงาน	3.32	0.306	ปานกลาง
รวม	3.37	0.489	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม จำแนกปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.37$, $SD=0.489$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ผู้นำองค์การส่งเสริมให้พนักงานมีการถ่ายทอดความรู้และแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกันและกันและเผยแพร่ความรู้แก่สมาชิกอยู่เสมอมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.48$, $SD=0.484$) อันดับที่ 2 คือ ผู้นำองค์การใช้ความสามารถที่หลากหลายของพนักงานประกอบเป็นทีมงานเพื่อปฏิบัติภารกิจโดยไม่ยึดตามสายงานเพียงอย่างเดียวมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.38$, $SD=0.332$) อันดับที่ 3 คือ ผู้นำองค์การมีการนำผลการประเมินการปฏิบัติงานของบุคลากรมาพิจารณาประกอบในการกำหนดภาระงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.32$, $SD=0.306$) และอันดับที่ 4 คือ ผู้นำองค์การส่งเสริมการ

ปฏิบัติงานร่วมกันของพนักงานให้สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมกับองค์กรอื่นในรูปแบบเครือข่าย ได้มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.31$, $SD=0.35$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม จำแนกปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์

ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) ผู้นำองค์กรส่งเสริมให้พนักงานมีน้ำใจเอื้อเฟื้อ ช่วยเหลือในการปฏิบัติงานร่วมกัน	3.40	0.445	ปานกลาง
2) พนักงานร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงานร่วมกันอย่างมีความสุข	3.42	0.447	มาก
3) ผู้นำองค์กรสนับสนุนให้พนักงานมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันในการปฏิบัติงาน	3.43	0.336	มาก
4) ผู้นำองค์กรและพนักงานเปิดกว้างและรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างได้	3.60	0.475	มาก
รวม	3.46	0.359	มาก

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยการทำงานเป็นทีม และการมีส่วนร่วม จำแนกปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.46$, $SD=0.359$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ผู้นำองค์กรและพนักงานเปิดกว้างและรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างได้มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.6$, $SD=0.475$) อันดับที่ 2 คือ ผู้นำองค์กรสนับสนุนให้พนักงานมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันในการปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.43$, $SD=0.336$) อันดับที่ 3 คือ พนักงานร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงานอย่างมีความสุขมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.42$, $SD=0.447$) และอันดับที่ 4 คือ ผู้นำองค์กรส่งเสริมให้พนักงานมีน้ำใจเอื้อเฟื้อ ช่วยเหลือในการปฏิบัติงานร่วมกันมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.4$, $SD=0.445$) ตามลำดับ

4.1.6 ปัจจัยความมีจริยธรรม

ผลความคิดเห็นของปัจจัยความมีจริยธรรม แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม ทำการวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความมีจริยธรรม

ปัจจัยความมีจริยธรรม	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม	3.45	0.446	มาก
2) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม	3.50	0.470	มาก
3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม	3.43	0.233	มาก
รวม	3.46	0.250	มาก

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยความมีจริยธรรม ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.46$, $SD=0.25$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.5$, $SD=0.47$) อันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.45$, $SD=0.446$) และอันดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.43$, $SD=0.233$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความมีจริยธรรม จำแนกปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม

ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) ผู้นำองค์กรมีความตระหนักในฐานะเป็นผู้ใช้อำนาจตามกฎหมายและใช้หลักธรรมาภิบาลในการจัดสรรทรัพยากรขององค์กรอย่างเที่ยงธรรม	3.47	0.426	มาก
2) ผู้นำองค์กรมีจิตสำนึกที่ดี ซื่อสัตย์ สุจริต และรับผิดชอบ	3.46	0.402	มาก
3) ผู้นำองค์กรกล้าเปลี่ยนแปลงโดยคำนึงถึงความเป็นธรรมและถูกกฎหมาย	3.41	0.328	มาก
รวม	3.45	0.446	มาก

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยความมีจริยธรรม จำแนกปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.45$, $SD=0.446$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ผู้นำองค์กรมีความ

ตระหนักในฐานะเป็นผู้ใช้อำนาจตามกฎหมายและใช้หลักธรรมาภิบาลในการจัดสรรทรัพยากรขององค์การอย่างเที่ยงธรรมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.47$, $SD=0.426$) อันดับที่ 2 คือ ผู้นำองค์การมีจิตสำนึกที่ดี ซื่อสัตย์ สุจริต และรับผิดชอบมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.46$, $SD=0.402$) และอันดับที่ 3 คือ ผู้นำองค์การกล้าเปลี่ยนแปลงโดยคำนึงถึงความเป็นธรรมและถูกกฎหมายมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.41$, $SD=0.328$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความมีจริยธรรม จำแนกปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม

ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) ผู้นำองค์การมีจริยธรรมในการพัฒนานวัตกรรม โดยไม่ลอกผลงานของคนอื่น	3.58	0.310	มาก
2) ผู้นำองค์การมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงานรักษามาตรฐาน มีคุณภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้	3.44	0.381	มาก
3) ผู้นำองค์การยึดถือผลประโยชน์ขององค์การเหนือกว่าผลประโยชน์ตน และไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อน	3.48	0.476	มาก
รวม	3.50	0.470	มาก

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยความมีจริยธรรม จำแนกปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.5$, $SD=0.47$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ผู้นำองค์การมีจริยธรรมในการพัฒนานวัตกรรม โดยไม่ลอกผลงานของคนอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.58$, $SD=0.31$) อันดับที่ 2 คือ ผู้นำองค์การยึดถือผลประโยชน์ขององค์การเหนือกว่าผลประโยชน์ตน และไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.48$, $SD=0.476$) และอันดับที่ 3 คือ ผู้นำองค์การมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงานรักษามาตรฐาน มีคุณภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.44$, $SD=0.381$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความมีจริยธรรม จำแนกปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) ผู้นำองค์การจัดการองค์การในการบริการด้วยความรวดเร็วเป็นกัลยาณมิตรและไม่เลือกปฏิบัติ	3.34	0.317	ปานกลาง
2) ผู้นำองค์การยึดมั่นในหลักวิชาชีพและจรรยาบรรณของผู้บริหารองค์การ	3.51	0.309	มาก
รวม	3.43	0.233	มาก

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยความมีจริยธรรม จำแนกปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.43$, $SD=0.233$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ผู้นำองค์การยึดมั่นในหลักวิชาชีพและจรรยาบรรณของผู้บริหารองค์การมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.51$, $SD=0.309$) และอันดับที่ 2 คือ ผู้นำองค์การจัดการองค์การในการบริการด้วยความรวดเร็วเป็นกัลยาณมิตรและไม่เลือกปฏิบัติมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.34$, $SD=0.317$) ตามลำดับ

4.1.7 ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม

ผลความคิดเห็นของปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรมแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ และปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ ทำการวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม

ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์	3.51	0.478	มาก
2) ปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้	3.48	0.370	มาก
3) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ	3.49	0.437	มาก
4) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้	3.42	0.427	มาก
รวม	3.47	0.312	มาก

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.47$, $SD=0.312$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.51$, $SD=0.478$) อันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.49$, $SD=0.437$) อันดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.48$, $SD=0.37$) และอันดับที่ 4 คือ ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.42$, $SD=0.427$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม
จำแนกปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์

ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) ผู้นำองค์การส่งเสริมให้พนักงานแสวงหาความรู้และทักษะใหม่ ๆ จากแหล่งเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์การ เพื่อนำไปสร้างหรือพัฒนานวัตกรรมเป็นของตนเอง	3.54	0.323	มาก
2) ผู้นำองค์การส่งเสริมให้พนักงานมีการพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ผ่านกระบวนการที่หลากหลาย เพื่อนำไปใช้ในการยกระดับผลสัมฤทธิ์ของงาน	3.56	0.421	มาก
3) ผู้นำองค์การสร้างบรรยากาศภายในองค์การที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความเท่าเทียมที่จะได้รับการส่งเสริมสนับสนุนความก้าวหน้าในวิชาชีพ	3.42	0.416	มาก
รวม	3.51	0.478	มาก

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม จำแนกปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.51$, $SD=0.478$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ผู้นำองค์การส่งเสริมให้พนักงานมีการพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ผ่านกระบวนการที่หลากหลาย เพื่อนำไปใช้ในการยกระดับผลสัมฤทธิ์ของงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.56$, $SD=0.421$) อันดับที่ 2 คือ ผู้นำองค์การส่งเสริมให้พนักงานแสวงหาความรู้และทักษะใหม่ ๆ จากแหล่งเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์การ เพื่อนำไปสร้างหรือพัฒนานวัตกรรมเป็นของตนเองมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.54$, $SD=0.323$) และอันดับที่ 3 คือ ผู้นำองค์การสร้างบรรยากาศภายในองค์การที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความเท่าเทียมที่จะได้รับการส่งเสริมสนับสนุนความก้าวหน้าในวิชาชีพมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.42$, $SD=0.416$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม
จำแนกปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้

ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) ผู้นำองค์การส่งเสริมสนับสนุนให้พนักงานเข้าถึงในการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้	3.51	0.479	มาก
2) ผู้นำองค์การสร้างบรรยากาศให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ จัดกระบวนการ สถานที่ เวลาให้พนักงานมาร่วมแลกเปลี่ยนความรู้	3.54	0.490	มาก
3) ผู้นำองค์การส่งเสริมให้พนักงานมีความสามารถในการเขียน การถ่ายทอดความรู้ การสร้างนวัตกรรมในรูปแบบการวิจัย	3.40	0.441	ปานกลาง
รวม	3.48	0.370	มาก

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม จำแนกปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.48$, $SD=0.37$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ผู้นำองค์การสร้างบรรยากาศให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ จัดกระบวนการ สถานที่ เวลาให้พนักงานมาร่วมแลกเปลี่ยนความรู้มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.54$, $SD=0.49$) อันดับที่ 2 คือ ผู้นำองค์การส่งเสริมสนับสนุนให้พนักงานเข้าถึงในการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.51$, $SD=0.479$) และอันดับที่ 3 คือ ผู้นำองค์การส่งเสริมให้พนักงานมีความสามารถในการเขียน การถ่ายทอดความรู้ การสร้างนวัตกรรมในรูปแบบการวิจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.4$, $SD=0.441$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม
จำแนกปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ

ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) ผู้นำองค์การมองภาพรวมขององค์การในแง่มุมต่าง ๆ รู้ ศักยภาพขององค์การได้ชัดเจน	3.53	0.461	มาก
2) แผนปฏิบัติการประจำปีขององค์การสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของ องค์การ	3.48	0.369	มาก
3) ผู้นำองค์การและพนักงานมีความเข้าใจในแผนปฏิบัติการมีการ จัดลำดับชั้นในการทำงาน มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและทราบถึง ขอบเขตหน้าที่ของตนเองโดยไม่ก้าวล้ำหน้าที่ของคนอื่น	3.58	0.439	มาก
รวม	3.49	0.437	มาก

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม จำแนกปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.49$, $SD=0.437$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ผู้นำองค์การและพนักงานมีความเข้าใจในแผนปฏิบัติการมีการจัดลำดับชั้นในการทำงาน มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและทราบถึงขอบเขตหน้าที่ของตนเองโดยไม่ก้าวล้ำหน้าที่ของคนอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.58$, $SD=0.439$) อันดับที่ 2 คือ ผู้นำองค์การมองภาพรวมขององค์การในแง่มุมต่าง ๆ รู้ศักยภาพขององค์การได้ชัดเจนมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.53$, $SD=0.461$) และอันดับที่ 3 คือ แผนปฏิบัติการประจำปีขององค์การสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์การมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.48$, $SD=0.369$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม
จำแนกปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้

ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1) ผู้นำองค์การจัดสรรงบประมาณ เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้าน ICT ที่เพียงพอ แต่อยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์ความจำเป็น ทันสมัย และคุ้มค่าต่อการลงทุน	3.35	0.350	ปานกลาง
2) ผู้นำองค์การจัดหาหรือพัฒนาระบบจัดการสารสนเทศที่เหมาะสมและสอดคล้องกับลักษณะงานและนโยบายขององค์การภายในกรอบแนวคิดที่ว่า ดูดี ทันสมัย และง่ายต่อการใช้งาน	3.55	0.456	มาก
3) ผู้นำองค์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีอยู่ในการจัดสภาพแวดล้อมทางการทำงานให้กับพนักงาน	3.34	0.396	ปานกลาง
4) ผู้นำองค์การส่งเสริมและเปิดโอกาสให้พนักงานได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงองค์ความรู้	3.38	0.459	ปานกลาง
รวม	3.42	0.427	มาก

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม จำแนกปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.42$, $SD=0.427$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ผู้นำองค์การจัดหาหรือพัฒนาระบบจัดการสารสนเทศที่เหมาะสมและสอดคล้องกับลักษณะงานและนโยบายขององค์การภายในกรอบแนวคิดที่ว่า ดูดี ทันสมัย และง่ายต่อการใช้งานมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.55$, $SD=0.456$) อันดับที่ 2 คือ ผู้นำองค์การส่งเสริมและเปิดโอกาสให้พนักงานได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงองค์ความรู้มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.38$, $SD=0.459$) อันดับที่ 3 คือ ผู้นำองค์การจัดสรรงบประมาณ เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้าน ICT ที่เพียงพอ แต่อยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์ความจำเป็น ทันสมัย และคุ้มค่าต่อการลงทุนมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.35$, $SD=0.35$) และอันดับที่ 4 คือ ผู้นำองค์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีอยู่ในการจัดสภาพแวดล้อมทางการทำงานให้กับพนักงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.34$, $SD=0.396$) ตามลำดับ

4.1.8 ศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

ศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี วิเคราะห์องค์ประกอบที่สำคัญ (factor analysis) โดยใช้สถิติ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และ การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis: PA)

กำหนดค่าตัวแปรดังนี้

CA	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน
CA1	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม
CA2	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด
CA3	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ
CA4	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำ
ILV	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม
ILV1	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง
ILV2	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์
ILV3	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์
ILV4	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี
ILC	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยความคิดสร้างสรรค์
ILC1	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านจินตนาการ
ILC2	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านความยืดหยุ่น
ILT	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม
ILT1	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านบทบาทของสมาชิก
ILT2	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม
ILT3	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน
ILT4	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์
ILE	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยความมีจริยธรรม
ILE1	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม
ILE2	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม

ILE3	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม
ILI	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม
ILI1	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์
ILI3	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ
ILI2	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้
ILI4	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้

การศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

ในการศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ว่า ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 เป็นการทดสอบสมมติฐานของโมเดล เพื่อการทดสอบว่า โมเดลเส้นทางที่สร้างขึ้นตามทฤษฎีมีความสอดคล้องกับข้อมูลจริงหรือไม่

H_0 : โมเดลเส้นทางตามทฤษฎี=โมเดลตามข้อมูลจริง

H_1 : โมเดลเส้นทางตามทฤษฎี \neq โมเดลตามข้อมูลจริง

โดยการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบ (Evaluation the Data-Model Fit) ค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบความเหมาะสมพอดีของตัวแบบเชิงประจักษ์กับตัวแบบทางทฤษฎีค่า p -Value ต้องมีนัยสำคัญทางสถิติ (Significant: Sig.) คือมีค่ามากกว่า .05

สมมติฐานที่ 2 ตัวแปรเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โปรแกรม SPSS for Windows และโปรแกรม AMOS for Window (Analysis of Moment Structures) ในการวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีและตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยการ วิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีด้วยค่าประมาณความควรจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates=ML) เพื่อวิเคราะห์โมเดลตามภาวะสันนิษฐานที่กำหนดและ มีค่าสถิติที่สำคัญที่ใช้ตรวจสอบความ

สอดคล้องความกลมกลืนของโมเดลตามภาวะสันนิษฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเสนอตามลำดับ ดังนี้

- (1) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis)
- (2) รูปแบบโมเดลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบเต็ม รูป (over identified model) หรือการกำหนดโครงสร้างโมเดล (model specification)
- (3) ผลการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Intercorrelation)
- (4) ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดล (parameter estimation of the model) หรือผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ต่าง ๆ
- (5) ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล (measures of the model fit)
- (6) ผลการคำนวณอิทธิพลทางตรง (direct effect) อิทธิพลทางอ้อม (indirect effect) และผลรวมอิทธิพล (total effect)

ซึ่งมีรายละเอียดของผลการวิจัย ดังนี้

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis)

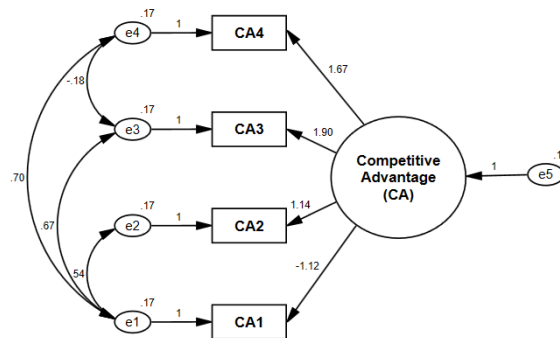
การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดของตัวแปรแฝงทั้งหมด 6 ตัวแปรศึกษาประกอบด้วย (1) ตัวแปรแฝงปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (2) ตัวแปรแฝงปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (3) ตัวแปรแฝงปัจจัยความคิดสร้างสรรค์ (4) ตัวแปรแฝงปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (5) ตัวแปรแฝงปัจจัยความมีจริยธรรม และ (6) ตัวแปรแฝงปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม โดยรายละเอียดของตัวแปรทั้งหมด มีดังต่อไปนี้

(1) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของตัวแปรปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน

ตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของตัวแปรปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน

ตัวแปร	ข้อความ	น้ำหนักองค์ประกอบ	R ²	t-test
CA1	ตัวแปรปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม	-1.121	-4.672	-4.672***
CA2	ตัวแปรปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด	1.136	5.393	5.393***
CA3	ตัวแปรปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ	1.904	6.114	6.114***
CA4	ตัวแปรปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำ	1.668	5.793	5.793***

Chi-square=0.276 df=1 $X^2/df=0.276$ p-value=0.599 GFI=0.921 RMSEA=0.000



Chi-square = .276 df = 1 p-value = .599 GFI = .997 RMSEA = .000

ภาพที่ 4.1 องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของตัวแปรปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน

จากตารางที่ 4.31 และภาพที่ 4.1 โมเดลวัดองค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของตัวแปรปัจจัยความสามารถในการแข่งขันพบว่าตัวแปรปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (CA3) มากที่สุด มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.904 รองลงมาคือ ตัวแปรปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำ (CA4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.668 ถัดมาคือ ตัวแปรปัจจัยด้านการสร้างความ

แตกต่างกันด้านการตลาด (CA2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.136 และน้อยที่สุด คือ ตัวแปร ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (CA1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ -1.121

เมื่อพิจารณาค่าสถิติ t-test พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนค่าความเที่ยง (R^2) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า ตัวแปรปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (CA3) มีค่า R^2 มากที่สุด เท่ากับ 6.114 รองลงมา คือ ตัวแปรปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำ (CA4) มีค่า R^2 เท่ากับ 5.793 ถัดมา คือ ตัวแปรปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด (CA2) มีค่า R^2 มากที่สุด เท่ากับ 5.393 และน้อยที่สุด คือ ตัวแปรปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (CA1) มีค่า R^2 มากที่สุด เท่ากับ -4.672

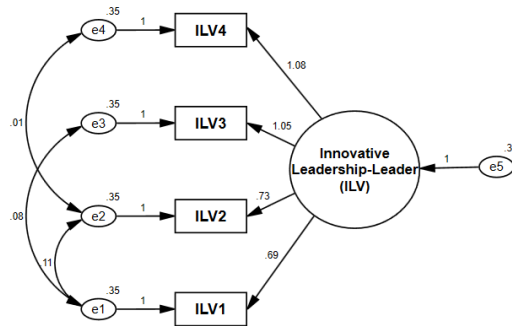
สรุปผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement Model) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของตัวแปรปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน พบว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลักการปรับโมเดล โดยไม่มีการตัดตัวชี้วัดใด ๆ ออกจากโมเดลการวัดค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้างของตัวแปรผ่านเกณฑ์ คือ Chi-square ไม่มีนัยสำคัญ ค่า p-value=0.599 มากกว่า .05 $X^2/df=0.276$ ซึ่งไม่เกิน 3 และ ค่า RMSEA=0 ซึ่งต่ำกว่า .08

(2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของตัวแปรปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม

ตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม

ตัวแปร	ข้อความ	น้ำหนัก องค์ประกอบ	R^2	t-test
ILV1	ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง	0.686	3.168	3.168***
ILV2	ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์	0.731	3.372	3.372***
ILV3	ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์	1.055	4.635	4.635***
ILV4	ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี	1.076	4.630	4.63***

Chi-square=3.836 df=2 $X^2/df=1.918$ p-value=0.147 GFI=0.962 RMSEA=0.037



Chi-square = 3.836 df = 2 p-value = .147 GFI = .962 RMSEA = .037

ภาพที่ 4.2 องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม

จากตารางที่ 4.32 และภาพที่ 4.2 โมเดลวัดองค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมพบว่าปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (ILV4) มากที่สุด มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.076 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (ILV3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.055 ถัดมาคือ ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ (ILV2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.731 และน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง (ILV1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.686

เมื่อพิจารณาค่าสถิติ t-test พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนค่าความเที่ยง (R^2) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบรวม (Communalities) พบว่า ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (ILV3) มีค่า R^2 มากที่สุด เท่ากับ 4.635 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (ILV4) มีค่า R^2 เท่ากับ 4.63 ถัดมา คือ ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ (ILV2) มีค่า R^2 มากที่สุด เท่ากับ 3.372 และน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง (ILV1) มีค่า R^2 มากที่สุด เท่ากับ 3.168

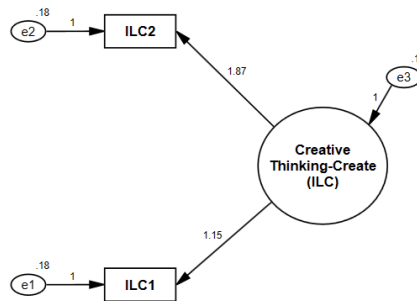
สรุปผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement Model) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม พบว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลักการปรับโมเดล โดยไม่มีการตัดตัวชี้วัดใด ๆ ออกจากโมเดลการวัดค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้างของตัวแปรผ่านเกณฑ์ คือ Chi-square ไม่มีนัยสำคัญ ค่า p-value=0.147 มากกว่า .05 $X^2/df=1.918$ ซึ่งไม่เกิน 3 และ ค่า RMSEA=0.037 ซึ่งต่ำกว่า .08

(3) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของตัวแปรปัจจัยความคิดสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยความคิดสร้างสรรค์

ตัวแปร	ข้อความ	น้ำหนักองค์ประกอบ	R ²	t-test
ILC1	ปัจจัยด้านจินตนาการ	1.154	4.561	4.561***
ILC2	ปัจจัยด้านความยืดหยุ่น	1.868	5.322	5.322***

Chi-square=3.324 df=2 $X^2/df=0.662$ p-value=0.567 GFI=0.991 RMSEA=0.019



Chi-square =3.324 df =2 p-value = 0.567 GFI = 0.991 RMSEA = 0.019

ภาพที่ 4.3 องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยความคิดสร้างสรรค์

จากตารางที่ 4.33 และภาพที่ 4.3 โมเดลวัดองค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยความคิดสร้างสรรค์พบว่าปัจจัยด้านความยืดหยุ่น (ILC2) มากที่สุด มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.868 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านจินตนาการ (ILC1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.154

เมื่อพิจารณาค่าสถิติ t-test พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนค่าความเที่ยง (R²) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า ปัจจัยด้านความยืดหยุ่น (ILC2) มีค่า R² มากที่สุด เท่ากับ 5.322 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านจินตนาการ (ILC1) มีค่า R² เท่ากับ 4.561

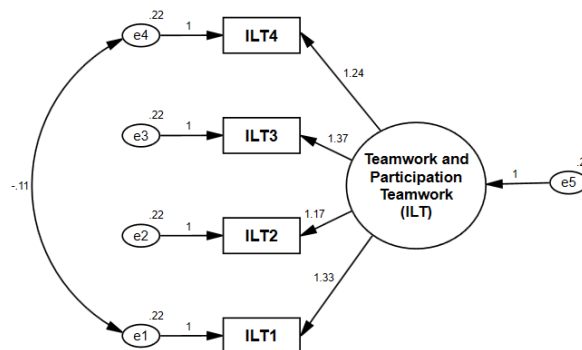
สรุปผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement Model) โดยการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยความคิดสร้างสรรค์ พบว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลักการปรับโมเดล โดยไม่มีการตัดตัวชี้วัดใด ๆ ออกจากโมเดลการวัดค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้างของตัวแปรผ่านเกณฑ์ คือ Chi-square ไม่มีนัยสำคัญ ค่า $p\text{-value}=0.567$ มากกว่า $.05$ $X^2/df=0.662$ ซึ่งไม่เกิน 3 และ ค่า RMSEA=0.019 ซึ่งต่ำกว่า $.08$

(4) การวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของตัวแปรปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม

ตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม

ตัวแปร	ข้อความ	น้ำหนัก องค์ประกอบ	R ²	t-test
ILT1	ปัจจัยด้านบทบาทของสมาชิก	1.333	5.713	5.713***
ILT2	ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม	1.171	5.400	5.400***
ILT3	ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน	1.371	5.836	5.836***
ILT4	ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์	1.238	5.492	5.492***

Chi-square=9.833 df=4 $X^2/df=2.458$ $p\text{-value}=0.043$ GFI=0.902 RMSEA=0.039



Chi-square = 9.833 df = 4 p-value = .043 GFI = .902 RMSEA = .039

ภาพที่ 4.4 องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม

จากตารางที่ 4.34 และภาพที่ 4.4 โมเดลวัดองค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมพบว่าปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (ILT3) มากที่สุด มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.371 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบทบาทของสมาชิก (ILT1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.333 ถัดมาคือ ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (ILT4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.238 และน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (ILT2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.171

เมื่อพิจารณาค่าสถิติ t-test พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนค่าความเที่ยง (R^2) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบรวม (Communalities) พบว่า ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (ILT3) มีค่า R^2 มากที่สุด เท่ากับ 5.836 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านบทบาทของสมาชิก (ILT1) มีค่า R^2 เท่ากับ 5.713 ถัดมา คือ ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (ILT4) มีค่า R^2 มากที่สุด เท่ากับ 5.492 และน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (ILT2) มีค่า R^2 มากที่สุด เท่ากับ 5.4

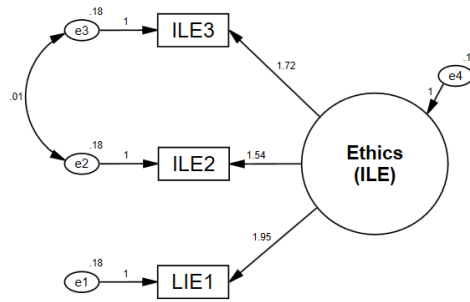
สรุปผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement Model) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม พบว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลักการปรับโมเดล โดยไม่มีการตัดตัวชี้วัดใด ๆ ออกจากโมเดลการวัดค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้างของตัวแปรผ่านเกณฑ์ คือ Chi-square ไม่มีนัยสำคัญ ค่า p-value=0.043 มากกว่า .05 $X^2/df=2.458$ ซึ่งไม่เกิน 3 และ ค่า RMSEA=0.039 ซึ่งต่ำกว่า .08

(5) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของตัวแปรปัจจัยความมีจริยธรรม

ตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยความมีจริยธรรม

ตัวแปร	ข้อความ	น้ำหนัก องค์ประกอบ	R2	t-test
ILE1	ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทาง จริยธรรม	1.954	6.237	6.237***
ILE2	ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม	1.543	5.606	5.606***
ILE3	ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม	1.72	5.85	5.850***

Chi-square=1.953 df=1 $X^2/df=1.953$ p-value=0.162 GFI=0.972 RMSEA=0.018



Chi-square = 1.953 df = 1 p-value = .162 GFI = .972 RMSEA = .018

ภาพที่ 4.5 องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยความมีจริยธรรม

จากตารางที่ 4.35 และภาพที่ 4.5 โมเดลวัดองค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยความมีจริยธรรมพบว่าปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (ILE1) มากที่สุด มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.954 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (ILE3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.72 และน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (ILE2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.543

เมื่อพิจารณาค่าสถิติ t-test พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนค่าความเที่ยง (R^2) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (ILE1) มีค่า R^2 มากที่สุด เท่ากับ 6.237 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (ILE3) มีค่า R^2 เท่ากับ 5.85 และน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (ILE2) มีค่า R^2 มากที่สุด เท่ากับ 5.606

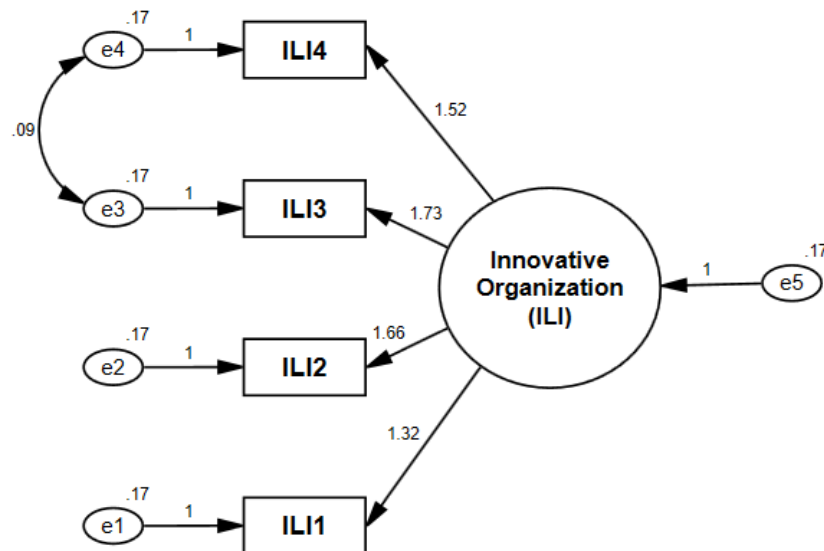
สรุปผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement Model) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยความมีจริยธรรม พบว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลักการปรับโมเดล โดยไม่มีการตัดตัวชี้วัดใด ๆ ออกจากโมเดลการวัดค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้างของตัวแปรผ่านเกณฑ์ คือ Chi-square ไม่มีนัยสำคัญ ค่า p-value=0.162 มากกว่า .05 $X^2/df=1.953$ ซึ่งไม่เกิน 3 และ ค่า RMSEA=0.018 ซึ่งต่ำกว่า .08

6) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของตัวแปรปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม

ตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม

ตัวแปร	ข้อความ	น้ำหนักองค์ประกอบ	R ²	t-test
ILI1	ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์	1.317	5.598	5.598***
ILI3	ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ	1.663	6.154	6.154***
ILI2	ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้	1.734	6.178	6.178***
ILI4	ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้	1.522	5.853	5.853***

Chi-square=0.332 df=4 X²/df=0.083 p-value=0.988 GFI=0.996 RMSEA=0.004



Chi-square = .332 df = 4 p-value = .988 GFI = .996 RMSEA = .004

ภาพที่ 4.6 องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม

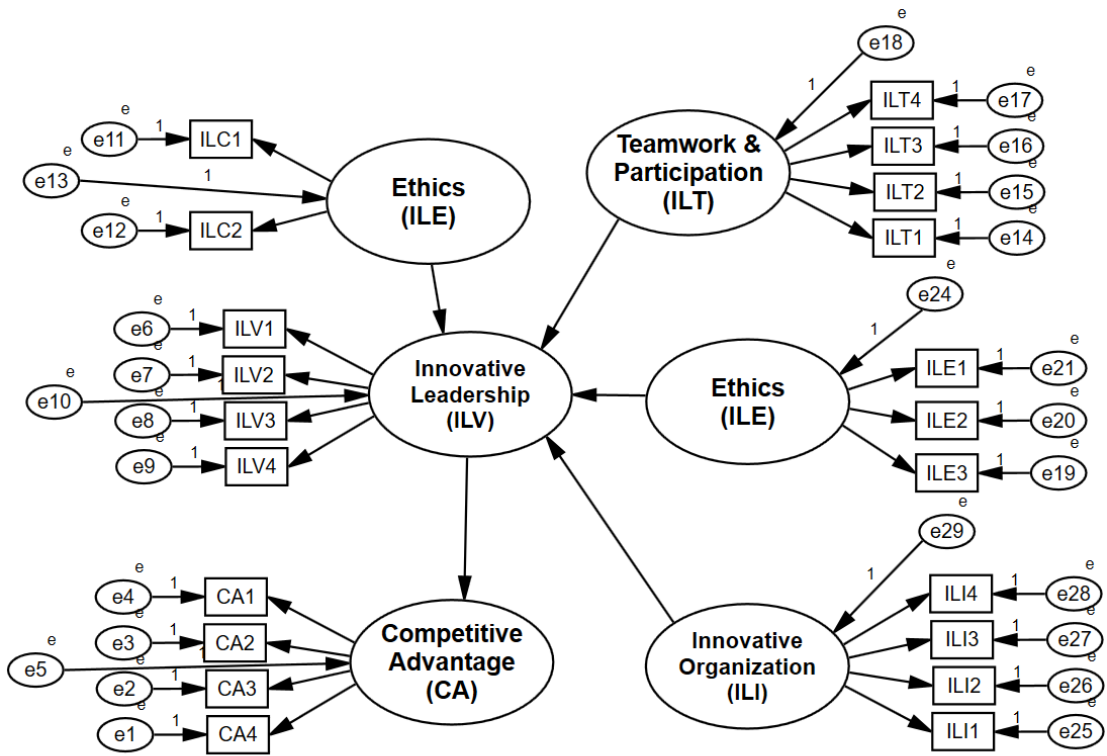
จากตารางที่ 4.36 และภาพที่ 4.6 โมเดลวัดองค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรมการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (ILI2) มากที่สุด มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.734 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (ILI3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.663 ถัดมาคือ ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (ILI4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.522 และน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (ILI1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.317

เมื่อพิจารณาค่าสถิติ t-test พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนค่าความเที่ยง (R^2) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบรวม (Communalities) พบว่า ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (ILI2) มีค่า R^2 มากที่สุด เท่ากับ 6.178 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (ILI3) มีค่า R^2 เท่ากับ 6.154 ถัดมา คือ ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (ILI4) มีค่า R^2 มากที่สุด เท่ากับ 5.853 และน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (ILI1) มีค่า R^2 มากที่สุด เท่ากับ 5.598

สรุปผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement Model) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรมการ พบว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลักการปรับโมเดล โดยไม่มีการตัดตัวชี้วัดใด ๆ ออกจากโมเดลการวัดค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้างของตัวแปรผ่านเกณฑ์ คือ Chi-square ไม่มีนัยสำคัญ ค่า p-value=0.988 มากกว่า .05 $X^2/df=0.083$ ซึ่งไม่เกิน 3 และ ค่า RMSEA=0.004 ซึ่งต่ำกว่า .08

2. รูปแบบโมเดลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบเต็มรูป (over identified model)

ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบโมเดลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบ เต็มรูป (over identified model) แสดงดังภาพที่ 4.7



ภาพที่ 4.7 รูปแบบโมเดลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ (path analysis) ของตัวแปรที่ศึกษา

3. ผลการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Intercorrelation)

การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เพื่อศึกษาว่าตัวแปรที่นำมาศึกษาเป็นอิสระต่อกันหรือไม่และใช้ตรวจสอบหรือทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เพื่อใช้ในการพิจารณาถึงปัญหาที่อาจเกิดจากการผันแปรร่วมกันเกินไป (Multicollinearity) โดยกำหนดค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้องไม่เกิน .75 (Schroeder, 1990) ซึ่งในกรณีที่ความสัมพันธ์ของตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงมากเกินไปย่อมส่งผลให้การวิเคราะห์คาดเคลื่อนเพื่อที่จะดูความสัมพันธ์ของตัวแปร ผู้วิจัยจะต้องพิจารณาค่า Bivariate Correlation ของตัวแปรที่จะนำมาวิเคราะห์ในตัวแบบก่อน ซึ่งผลการวิเคราะห์ปรากฏดังแสดงในตารางที่ 4.37

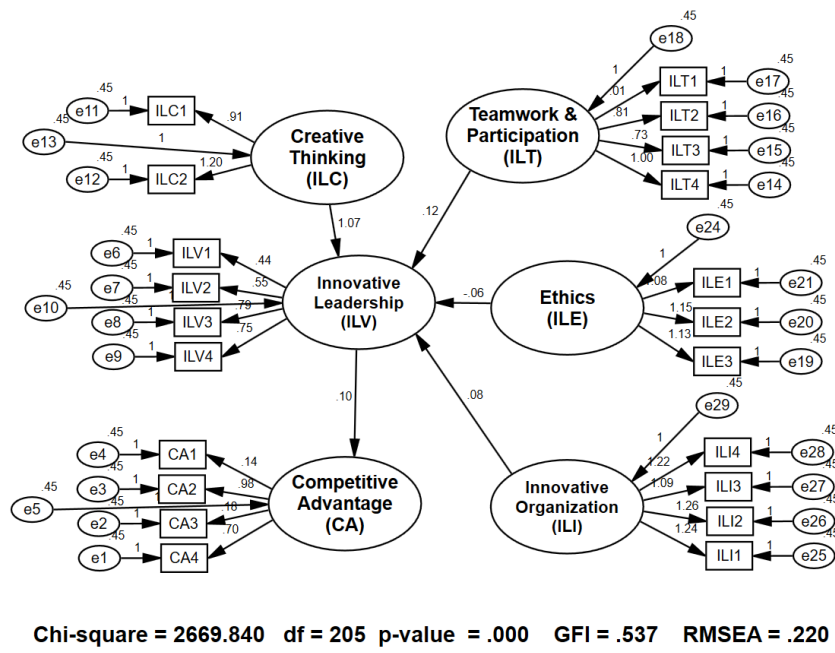
ตารางที่ 4.37 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการวิจัย

	ILI4	ILI3	ILI1	ILI2	CA4	CA3	CA1	CA2	ILC1	ILC2	ILT4	ILT3	ILT1	ILT2	ILV4	ILV3	ILE3	ILE2	ILE1	ILV1	ILV2	
ILI4	1.000																					
ILI3	.242	1.000																				
ILI1	.092	-.056	1.000																			
ILI2	-.011	.444	.053	1.000																		
CA4	-.265	-.226	.145	.155	1.000																	
CA3	-.251	-.083	.259	.328	.743	1.000																
CA1	-.170	-.160	.124	.407	.629	.714	1.000															
CA2	-.290	-.158	.306	.268	.647	.322	.720	1.000														
ILC1	-.058	.143	.098	.484	.178	.283	.397	.242	1.000													
ILC2	.060	.167	-.037	.691	.285	.289	.301	.237	.477	1.000												
ILT4	.008	.098	.001	-.130	.244	.250	.099	.193	-.156	.023	1.000											
ILT3	.092	.094	.154	.190	-.130	.027	.027	-.015	.162	.132	.032	1.000										
ILT1	-.047	-.040	.236	.016	.023	.048	-.039	.064	.078	-.011	.047	.564	1.000									
ILT2	-.103	.157	.087	.260	-.140	.031	.060	-.012	.050	.050	.022	.687	.702	1.000								
ILV4	-.122	.135	-.095	.219	.422	.238	.208	.177	.394	.548	.233	.007	-.030	-.141	1.000							
ILV3	-.064	.025	.467	.331	.131	.391	.400	.529	.233	.245	.069	-.032	.144	.037	.041	1.000						
ILE3	.222	-.067	.554	-.096	.212	.284	.146	.291	.094	.046	.195	-.130	.114	-.131	.059	.234	1.000					
ILE2	-.075	.229	.021	.267	.406	.449	.311	.342	.263	.381	.394	.009	-.042	-.018	.507	.194	.128	1.000				
ILE1	.030	.083	.003	.013	.208	.221	.170	.111	.090	.131	.455	-.120	-.133	-.268	.318	.022	.269	.590	1.000			
ILV1	-.087	-.153	.180	.230	.474	.622	.592	.569	.080	.116	.163	-.162	-.112	-.116	.005	.305	.076	.282	.313	1.000		
ILV2	-.192	-.030	.248	.149	.702	.715	.546	.673	.125	.095	.093	-.164	.008	-.243	.223	.416	.353	.262	.213	.529	1.000	

จากตารางที่ 4.37 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 21 ตัว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ส่วนใหญ่มีค่าเป็นบวกแสดงถึงความสัมพันธ์ในทางทิศทางเดียวกัน จำนวน 162 คู่ กับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นลบแสดงถึงความสัมพันธ์ในทางทิศทางตรงกัน จำนวน 48 คู่ และพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทุกคู่มีค่าความสัมพันธ์ไม่เกินเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดคือ .75 โดยมีค่า สูงสุด เท่า 0.743 และต่ำสุด เท่ากับ -0.29 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์ไม่มีปัญหาการมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงเกินไป

4. ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดล (parameter estimation of the model) หรือผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ต่าง ๆ

ผลการวิเคราะห์เส้นทางของรูปแบบความสัมพันธ์แบบเต็มรูปของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม (ตัวแปรแฝง) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น นำมาสร้างรูปแบบความสัมพันธ์แบบเต็มรูป (over identified model) ซึ่งเป็นรูปแบบที่มีเส้นทางเชื่อมระหว่างตัวแปรในทิศทางเดียวกันที่สามารถเชื่อมได้ไปสู่ตัวแปรตามที่เป็นตัวแปรภายใน หรือตัวแปรแฝงทุกสมการโครงสร้าง ซึ่งได้แสดงค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Standardized Regression Weights) ค่า t-Value (critical ratio: C.R.) ค่า p-Value และค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E.) ซึ่งได้ผลการ วิเคราะห์ดังภาพที่ 4.8



ภาพที่ 4.8 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดลหรือผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ต่าง ๆ

จากภาพที่ 4.8 สามารถผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดล หรือผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ต่าง ๆ ซึ่งได้แสดงค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Standardized Regression Weights) ค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E.) ค่า t-Value (critical ratio: C.R.) และ ค่า p-Value แสดงดังตารางที่ 4.38

ตารางที่ 4.38 ผลการประมาณค่า Standardized Regression Weights

คู่ความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยมาตรฐาน (Estimate)	S.E.	C.R. (t-Value)	P-Value	นัยสำคัญ ทางสถิติ
ILV <--- ILI	0.081	0.096	11.841	***	มี
ILV <--- ILE	-0.061	0.1	-11.615	***	มี
ILV <--- ILT	0.12	0.107	11.116	***	มี
ILV <--- ILC	1.07	0.082	12.528	0.126	ไม่มี
CA <--- ILV	0.095	0.062	1.528	***	มี
ILV2 <--- ILV	0.549	0.054	10.177	***	มี
ILV1 <--- ILV	0.444	0.052	8.556	***	มี
ILE1 <--- ILE	1.081	0.087	12.468	***	มี
ILE2 <--- ILE	1.148	0.088	12.98	***	มี
ILE3 <--- ILE	1.128	0.088	12.828	***	มี
ILV3 <--- ILV	0.787	0.06	13.161	***	มี
ILV4 <--- ILV	0.746	0.059	12.716	***	มี
ILT3 <--- ILT	0.733	0.083	8.861	***	มี
ILT4 <--- ILT	0.998	0.088	11.368	***	มี
ILT2 <--- ILT	0.812	0.084	9.653	***	มี
ILT1 <--- ILT	0.009	0.076	0.114	0.909	ไม่มี
ILC2 <--- ILC	1.205	0.091	13.197	***	มี
ILC1 <--- ILC	0.913	0.084	10.865	***	มี
CA2 <--- CA	0.98	0.09	10.916	***	มี
CA1 <--- CA	0.142	0.081	1.757	0.079	ไม่มี

ตารางที่ 4.38 ผลการประมาณค่า Standardized Regression Weights (ต่อ)

คู่ความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยมาตรฐาน (Estimate)	S.E.	C.R. (t- Value)	P- Value	นัยสำคัญ ทางสถิติ
CA3 <--- CA	0.181	0.081	2.245	0.025*	มี
CA4 <--- CA	0.704	0.085	8.245	***	มี
ILI2 <--- ILI	1.257	0.09	13.988	***	มี
ILI1 <--- ILI	1.24	0.089	13.881	***	มี
ILI3 <--- ILI	1.095	0.085	12.848	***	มี
ILI4 <--- ILI	1.22	0.089	13.742	***	มี

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างได้แสดงผลตามภาพที่ 4.2 และตารางที่ 4.31 ซึ่งแสดงถึงค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานตัวแปรพร้อมทั้งสัญลักษณ์แสดงถึงระดับการมี นัยสำคัญทางสถิติ พบว่าคู่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีนัยสำคัญ .001 (***) จำนวน 22 คู่ ตัวแปรที่มีนัยสำคัญ .01 (** p<.01) จำนวน คู่ ตัวแปรที่มีนัยสำคัญ .05 (* p<.05) จำนวน 1 คู่ ส่วนคู่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอื่น ๆ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติมีทั้งหมด 3 คู่ ได้แก่ ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน กับปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (CA<---CA1) ปัจจัยความคิดสร้างสรรค์ กับปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (ILC<---ILV) และปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม กับปัจจัยด้านบทบาทของสมาชิก (ILT<---ILT1) ซึ่งสามารถนำมาเขียนเส้นทางความสัมพันธ์ของตัวแปรได้ใหม่

การปรับโมเดล

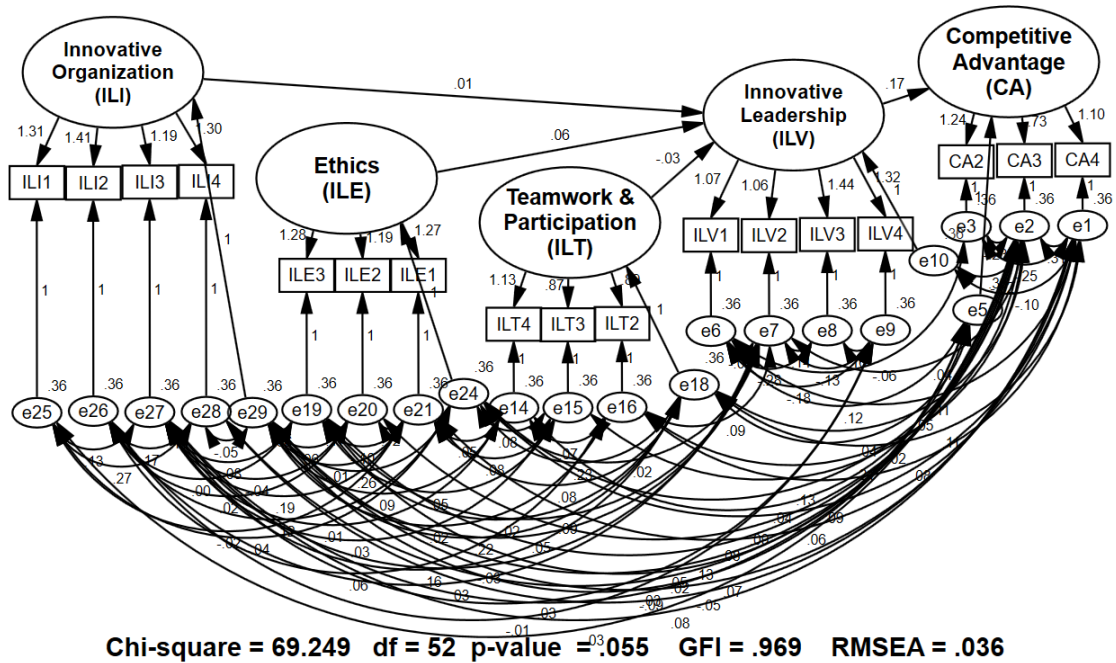
จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเต็มรูปแบบ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ยังไม่เหมาะสม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เส้นทางที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติมีอยู่ 3 เส้นทาง จึงต้องทำการตกแต่งรูปแบบความสัมพันธ์โดยการปรับโมเดลใหม่ เพื่อให้ได้รูปแบบหรือโมเดลที่มีความสัมพันธ์ที่ดีที่สุด โดยการลบเส้นทางที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติออกจากรูปแบบความสัมพันธ์เต็มรูปแบบ ดังแสดงในตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.39 ผลการประมาณค่า Standardized Regression Weights หลังการปรับโมเดล

คู่ความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยมาตรฐาน (Estimate)	S.E.	C.R. (t- Value)	P- Value	นัยสำคัญ ทางสถิติ
ILV <--- ILI	.012	.146	.080	***	มี
ILV <--- ILE	.060	.120	.501	***	มี
ILV <--- ILT	-.025	.121	-.208	***	มี
CA <--- ILV	.172	.088	1.965	***	มี
ILV2 <--- ILV	1.062	.102	10.376	***	มี
ILV1 <--- ILV	1.073	.103	10.368	***	มี
ILE1 <--- ILE	1.267	.100	12.692	***	มี
ILE2 <--- ILE	1.188	.101	11.802	***	มี
ILE3 <--- ILE	1.281	.100	12.866	***	มี
ILV3 <--- ILV	1.441	.110	13.059	***	มี
ILV4 <--- ILV	1.317	.107	12.281	***	มี
ILT3 <--- ILT	.875	.086	10.142	***	มี
ILT4 <--- ILT	1.125	.097	11.581	***	มี
ILT2 <--- ILT	.891	.092	9.662	***	มี
CA2 <--- CA	1.240	.106	11.680	***	มี
CA3 <--- CA	.728	.102	7.126	***	มี
CA4 <--- CA	1.100	.107	10.290	***	มี
ILI2 <--- ILI	1.414	.102	13.840	***	มี
ILI1 <--- ILI	1.306	.100	13.114	***	มี
ILI3 <--- ILI	1.186	.096	12.342	***	มี
ILI4 <--- ILI	1.297	.096	13.539	***	มี

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 4.39 จึงสามารถนำค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของแต่ละสมการโครงสร้างมาเขียนเส้นทางของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ผ่านการตกแต่งแบบความสัมพันธ์ให้เป็นแบบจำลองที่ประหยัด (Parsimonious Model) เพื่อให้ได้รูปแบบที่มีความสัมพันธ์ที่ดีที่สุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นปรากฏดังภาพที่ 4.9



ภาพที่ 4.9 โมเดลรูปแบบเส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ผ่านการปรับโมเดล

จากภาพที่ 4.9 แสดงโมเดลรูปแบบเส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร รายละเอียด ดังนี้

1) ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating: ILV2) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4) มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด (Marketing differentiation: CA3) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Quality differentiation: CA4)

2) ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4) มีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) และมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV)

3) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) และมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV)

4) ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1) ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization: ILI2) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) มีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) และมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV)

5) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด (Marketing differentiation: CA3) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Quality differentiation: CA4) ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) ปัจจัยด้านการสร้าง

วิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) และปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating: ILV2)

6) ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating: ILV2) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) ปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization: ILI2) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) และปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4)

7) ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4) ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) และปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA)

8) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Quality differentiation: CA4) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) และปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1)

9) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4) ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1)

ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) และปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4)

10) ปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization: ILI2) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4) ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) และปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4)

11) ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) และปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4)

12) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) และปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1)

13) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) และปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1)

14) ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) และปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2)

15) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1)

16) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4)

5. ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล (measures of the model fit)

การตรวจสอบความสอดคล้องกันของโมเดลหรือตรวจสอบความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ถ้าสอดคล้องกันก็สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ และถ้าตัวแปรไม่มีความสอดคล้องกันแล้ว ตัวแบบสมการโครงสร้างจะไม่สามารถนำมาคำนวณได้ ผู้วิจัยต้องดำเนินการปรับโมเดลจนมีความสมบูรณ์เป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือตามหลักของขบวนการวิจัยก่อนนั่นเอง

ดังนั้นการพัฒนาโมเดลให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์นั้น นิยมเรียกว่า “Model Fit” ซึ่งผลการวิจัยพบว่า โมเดลตัวแบบเชิงประจักษ์กับตัวแบบทางทฤษฎี (โมเดลต้นแบบ) มีความสอดคล้องกัน ซึ่งผ่านเกณฑ์การตรวจสอบโมเดล ดังนี้

- 1) ค่า Chi-square Probability Level: CMIN-p เท่ากับ 69.249
- 2) Relative Chi-square: CMIN/df เท่ากับ 1.332
- 3) Goodness of Fit Index: GFI เท่ากับ .969
- 4) Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA เท่ากับ .036

จากผลการวิจัยที่ได้ผ่านการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบทางทฤษฎี (โมเดลต้นแบบ) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งมีความสอดคล้องกัน โดยขอแสดงข้อมูลตามตารางที่ 4.40 ดังนี้

ตารางที่ 4.40 เกณฑ์และผลการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบทางทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สัญลักษณ์	ค่าสถิติ	วัตถุประสงค์	เกณฑ์	ผลการวิจัย	ผลการพิจารณา
CMIN-p	Chi-square Probability Level	เพื่อตรวจสอบค่าความน่าจะเป็นของไคสแควร์ ซึ่งจะต้องไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	$p > .05$.145	สอดคล้อง/ผ่านเกณฑ์
CMIN/df	Relative Chi-square	ตรวจสอบว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์	< 3	1.332	สอดคล้อง/ผ่านเกณฑ์
GFI	Goodness of Fit index	เพื่อวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ โดยมีค่าระหว่าง 0-1.00	$> .90$.969	สอดคล้อง/ผ่านเกณฑ์
RMSEA	Root Mean Square Error of Approximation	เพื่อบอกค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแบบในรูปของรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อน โดยประมาณค่าระหว่าง 0-1.00	$< .08$.036	สอดคล้อง/ผ่านเกณฑ์

6. ผลการคำนวณอิทธิพลทางตรง (direct effect) อิทธิพลทางอ้อม (indirect effect) และผลรวมอิทธิพล (total effect)

จากโมเดลเส้นทางความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ผ่านการตกแต่งหรือปรับโมเดลแล้วพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีความสัมพันธ์ที่ดีที่สุดแล้ว จึงนำโมเดลความสัมพันธ์ ดังกล่าวมาหา อิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect: IE) และผลรวมอิทธิพล (Total Effect: TE) ได้ดังแสดงในตารางที่ 4.41

ตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และผลรวมอิทธิพลระหว่างตัวแปร

	อิทธิพล	ILI	ILT	ILE	ILV	CA
ILV	DE.	0.012	-0.025	0.060	0.000	0.000
	IE.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	TE.	0.012	-0.025	0.060	0.000	0.000
CA	DE.	0.000	0.000	0.000	0.172	0.000
	IE.	0.002	-0.004	0.010	0.000	0.000
	TE.	0.002	-0.004	0.010	0.172	0.000
ILI4	DE.	1.297	0.000	0.000	0.000	0.000
	IE.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	TE.	1.297	0.000	0.000	0.000	0.000
ILI3	DE.	1.186	0.000	0.000	0.000	0.000
	IE.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	TE.	1.186	0.000	0.000	0.000	0.000
ILI1	DE.	1.306	0.000	0.000	0.000	0.000
	IE.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	TE.	1.306	0.000	0.000	0.000	0.000
ILI2	DE.	1.414	0.000	0.000	0.000	0.000

ตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และผลรวมอิทธิพลระหว่างตัวแปร (ต่อ)

	อิทธิพล	ILI	ILT	ILE	ILV	CA
	IE.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	TE.	1.414	0.000	0.000	0.000	0.000
CA4	DE.	0.000	0.000	0.000	0.000	1.100
	IE.	0.002	-0.005	0.011	0.190	0.000
	TE.	0.002	-0.005	0.011	0.190	1.100
CA3	DE.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.728
	IE.	0.001	-0.003	0.008	0.126	0.000
	TE.	0.001	-0.003	0.008	0.126	0.728
CA2	DE.	0.000	0.000	0.000	0.000	1.240
	IE.	0.002	-0.005	0.013	0.214	0.000
	TE.	0.002	-0.005	0.013	0.214	1.240
ILT2	DE.	0.000	0.891	0.000	0.000	0.000
	IE.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	TE.	0.000	0.891	0.000	0.000	0.000
ILT4	DE.	0.000	1.125	0.000	0.000	0.000
	IE.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	TE.	0.000	1.125	0.000	0.000	0.000
ILT3	DE.	0.000	0.875	0.000	0.000	0.000
	IE.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	TE.	0.000	0.875	0.000	0.000	0.000

ตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และผลรวมอิทธิพลระหว่างตัวแปร (ต่อ)

	อิทธิพล	ILI	ILT	ILE	ILV	CA
ILV4	DE.	0.000	0.000	0.000	1.317	0.000
	IE.	0.015	-0.033	0.079	0.000	0.000
	TE.	0.015	-0.033	0.079	1.317	0.000
ILV3	DE.	0.000	0.000	0.000	1.441	0.000
	IE.	0.017	-0.036	0.086	0.000	0.000
	TE.	0.017	-0.036	0.086	1.441	0.000
ILE3	DE.	0.000	0.000	1.281	0.000	0.000
	IE.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	TE.	0.000	0.000	1.281	0.000	0.000
ILE2	DE.	0.000	0.000	1.188	0.000	0.000
	IE.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	TE.	0.000	0.000	1.188	0.000	0.000
ILE1	DE.	0.000	0.000	1.267	0.000	0.000
	IE.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	TE.	0.000	0.000	1.267	0.000	0.000
ILV1	DE.	0.000	0.000	0.000	1.073	0.000
	IE.	0.012	-0.027	0.064	0.000	0.000
	TE.	0.012	-0.027	0.064	1.073	0.000
ILV2	DE.	0.000	0.000	0.000	1.062	0.000
	IE.	0.012	-0.027	0.064	0.000	0.000
	TE.	0.012	-0.027	0.064	1.062	0.000

จากตารางที่ 4.41 เมื่อพิจารณาตัวแปรเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ผลรวมอิทธิพลพบว่า ตัวแปรเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) และอิทธิพลทางอ้อมต่อปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) มากที่สุดคือ ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1) ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization: ILI2) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) โดยมีค่าผลรวมอิทธิพลในทิศเดียวกัน เท่ากับ 0.06 (อิทธิพลทางตรงบวกอิทธิพลทางอ้อม)

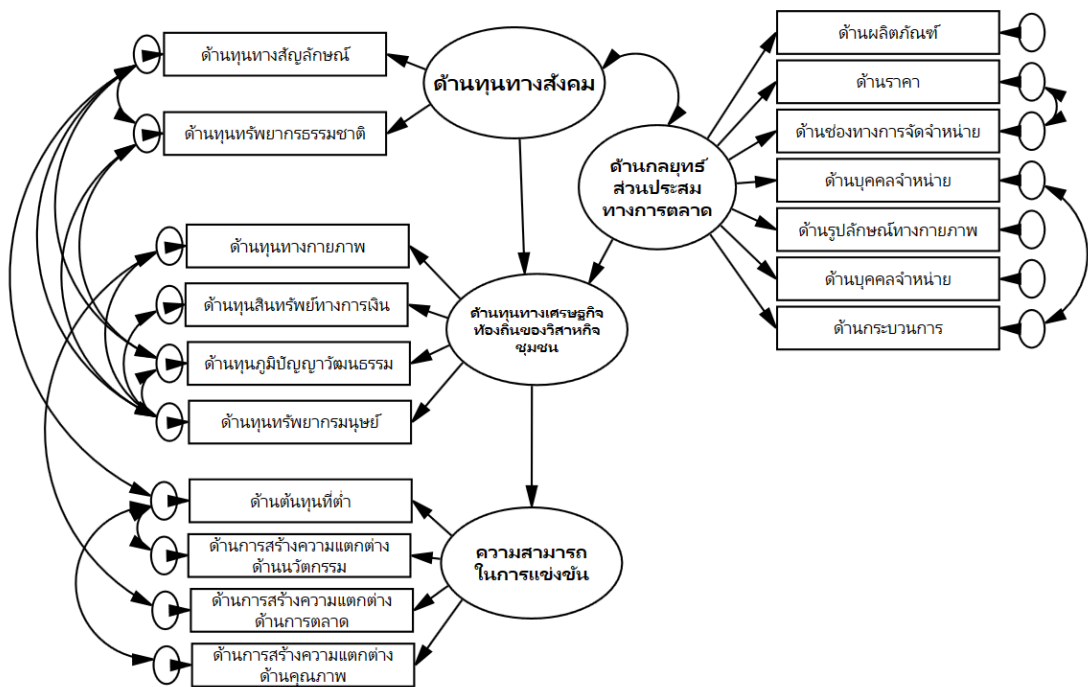
รองลงมา ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4) โดยมีค่าผลรวมอิทธิพลในทิศเดียวกัน เท่ากับ 0.012 (อิทธิพลทางตรงบวกอิทธิพลทางอ้อม) และ ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) โดยมีค่าผลรวมอิทธิพลในทิศตรงข้ามกัน เท่ากับ -0.025 (อิทธิพลทางตรงบวกอิทธิพลทางอ้อม)

ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating: ILV2) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4) เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด (Marketing differentiation: CA3) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Quality differentiation: CA4) โดยมีค่าผลรวมอิทธิพลในทิศเดียวกัน เท่ากับ 0.172

4.2 ตอนที่ 2 ผลการสร้างแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

4.2.1 ผลสร้างร่างแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

จากขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้ตัวแปรทั้งหมด 22 ตัวแปร และนำผลจากการสังเคราะห์ข้อมูลมาร่างแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีโดยมีรายละเอียดของผลการศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานในแต่ละส่วน ดังภาพที่ 4.10



ภาพที่ 4.10 โมเดลแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

จากภาพที่ 4.10 ปัจจัยทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นของวิสาหกิจชุมชน มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านทุนทางกายภาพ ปัจจัยด้านทุนสินทรัพย์ทางการเงิน ปัจจัยด้านทุนภูมิปัญญาวัฒนธรรม ปัจจัยด้านทุนทรัพยากรมนุษย์ มีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำ ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด ปัจจัยด้านการสร้างความ

แตกต่างด้านคุณภาพ กับปัจจัยด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นของวิสาหกิจชุมชน และอิทธิพลทางอ้อมต่อปัจจัยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ที่ส่งผ่านปัจจัยทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นของวิสาหกิจชุมชน และปัจจัยด้านทุนทางสังคม มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านทุนทางสัญลักษณ์ ปัจจัยด้านทุนทรัพยากรธรรมชาติ ปัจจัยทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นของวิสาหกิจชุมชน และอิทธิพลทางอ้อมต่อปัจจัยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ที่ส่งผ่านปัจจัยทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นของวิสาหกิจชุมชน ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรประกอบด้วย

- 1) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำ
- 2) ปัจจัยด้านทุนทางสัญลักษณ์ มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านทุนภูมิปัญญาวัฒนธรรม ปัจจัยด้านทุนทรัพยากรมนุษย์ และปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำ
- 3) ปัจจัยด้านทุนทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน และปัจจัยด้านทุนทรัพยากรมนุษย์
- 4) ปัจจัยด้านทุนทรัพยากรธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านทุนภูมิปัญญาวัฒนธรรม ปัจจัยด้านทุนทรัพยากรมนุษย์ และปัจจัยด้านทุนทาง
- 5) ปัจจัยด้านทุนสินทรัพย์ทางการเงิน มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านทุนทรัพยากรมนุษย์
- 6) ปัจจัยด้านทุนภูมิปัญญาวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านทุนทรัพยากรมนุษย์
- 7) ปัจจัยด้านทุนทรัพยากรมนุษย์ มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน
- 8) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านทุนทางสังคม
- 9) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านราคา
- 10) ปัจจัยด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
- 11) ปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำ มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ

4.2.2 ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของสร้างแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีจากผู้เชี่ยวชาญ 2 กลุ่ม เป็นจำนวน 15 คน

ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของสร้างแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี โดยจำแนกตามองค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบของการสร้างแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี โดยจำแนกตามองค์ประกอบ

1) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ องค์ประกอบปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด (Marketing differentiation: CA3) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Quality differentiation: CA4) คิดเป็นร้อยละ 100

2) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ องค์ประกอบปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating: ILV2) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4) คิดเป็นร้อยละ 100

3) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ องค์ประกอบปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4) คิดเป็นร้อยละ 100

4) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ องค์ประกอบปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) คิดเป็นร้อยละ 100

5) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ องค์ประกอบปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์กรนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1) ปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization: ILI2) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ

(Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) คิดเป็นร้อยละ 100

ตัวแปรส่งผลของการสร้างแนวทางการพัฒนาการภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี โดยจำแนกตามองค์ประกอบ

1) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating: ILV2) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4) มีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด (Marketing differentiation: CA3) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Quality differentiation: CA4) คิดเป็นร้อยละ 100

2) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านกรมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านกรมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4) มีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) และมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) คิดเป็นร้อยละ 100

3) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) มีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) และมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) คิดเป็นร้อยละ 100

4) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1) ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization: ILI2) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ

(Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) และมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) คิดเป็นร้อยละ 100

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของการสร้างแนวทางการพัฒนาการภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี โดยจำแนกตามองค์ประกอบ

1) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด (Marketing differentiation: CA3) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Quality differentiation: CA4) ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) และปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating: ILV2) คิดเป็นร้อยละ 100

2) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating: ILV2) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization: ILI2) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) และปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4) คิดเป็นร้อยละ 100

3) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์

(Relations: ILT4) ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) และปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) คิดเป็นร้อยละ 100

4) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Quality differentiation: CA4) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) และปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) คิดเป็นร้อยละ 100

5) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4) ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) และปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4) คิดเป็นร้อยละ 100

6) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization: ILI2) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4) ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) และปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) คิดเป็นร้อยละ 100

7) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive

Advantage: CA) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) และปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4) คิดเป็นร้อยละ 100

8) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) และปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1) คิดเป็นร้อยละ 100

9) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) และปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) คิดเป็นร้อยละ 100

10) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) และปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) คิดเป็นร้อยละ 100

11) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1) คิดเป็นร้อยละ 100

12) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4) คิดเป็นร้อยละ 100

องค์ประกอบของแนวทางการพัฒนาการภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี โดยจำแนกตามองค์ประกอบ ดังนี้

1) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ องค์ประกอบปัจจัยความสามารถในการแข่งขันมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ ปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำ คิดเป็นร้อยละ 100

2) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ องค์ประกอบปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี คิดเป็นร้อยละ 100

3) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ องค์ประกอบปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 100

4) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ องค์ประกอบปัจจัยความมีจริยธรรมมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม คิดเป็นร้อยละ 100

5) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ องค์ประกอบปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรมมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ คิดเป็นร้อยละ 100

6) ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 15 ท่าน เห็นด้วยกับ องค์ประกอบของแนวทางการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย รายละเอียด ดังนี้ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี มีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขันมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ ปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำ กับปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์มีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม กับปัจจัยความมีจริยธรรมมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรมมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรมมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้มีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม คิดเป็นร้อยละ 100

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี มีรูปแบบเป็นการวิจัยและพัฒนา (R&D: Research and Development) โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ประกอบด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี และ 2) เพื่อการสร้างแนวทางการพัฒนาการภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนกระบวนการศึกษาและการวิเคราะห์เป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

(1) การศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีกำหนดประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้เข้าโครงการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ (Start up) เพื่อให้กลายเป็น SMEs ที่เป็นต้นแบบในการพัฒนาศักยภาพของ SMEs ไทยในการขยายธุรกิจได้อย่างยั่งยืน จัดโดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และสำนักงานจังหวัดนนทบุรี ตั้งแต่เริ่มโครงการ ปี 2559 จนถึงปี 2562 ได้เงินสนับสนุนภาครัฐและภาคเอกชน จนเป็นกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ (SME Startup) ผู้วิจัยได้คำนึงถึงหลักเกณฑ์ความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้กับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม AMOS โดยการใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ประกอบด้วยตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยทั้งหมด 21 ตัวแปร ดังนั้น ขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่เหมาะสม คือ 210 คน ซึ่งจากผลการคำนวณเป็นขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ ที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) และเพื่อป้องกันการส่งแบบสอบถามคืนอัตราที่ต่ำ ขาดความสมบูรณ์หรือสูญหาย ผู้วิจัยจึงใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม จำนวน 250 คน เพิ่มขึ้นอีก 20 % เครื่องมือคือแบบสอบถามมีค่า IOC เท่ากับ 0.89 มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.943

(2) การสร้างแนวทางการพัฒนาการภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี โดยมีผู้เชี่ยวชาญในพิจารณาการสร้างรูปแบบนั้น ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานและรับผิดชอบการบริหารทรัพยากรบุคคล และเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการ

ออกแบบแนวทางการพัฒนาการภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี โดยจะมีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 กลุ่ม เป็นจำนวน 15 คน ดังนี้ กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี จะมีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 5 คน ประกอบสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี อย่างน้อย 3 ปีขึ้นไป กลุ่มที่ 2 เจ้าหน้าที่ดูแลโครงการสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี มีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 5 คน ได้แก่ เจ้าหน้าที่ดูแลโครงการสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี อยู่ดูแลอย่างน้อย 3 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน และระดับผู้บริหารโครงการสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี จำนวน 2 คน และกลุ่มที่ 3 นักวิชาการ จะใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 5 คน ได้แก่ นักวิชาการผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจมีประสบการณ์ทางอาชีพอย่างน้อย 5 ปีขึ้นไป จบการศึกษาระดับปริญญาเอกสาขาการบริหารธุรกิจหรือปรัชญาการจัดการ หรือการบริหารทรัพยากรมนุษย์ หรือมีตำแหน่งทางวิชาการระดับรองศาสตราจารย์ขึ้นไป เครื่องมือคือแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับประเมินเพื่อตรวจสอบร่างรูปแบบ เป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ คือ เหมาะสมมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ผลการวิเคราะห์ความตรงตามเนื้อหา โครงสร้าง และหลักวิชาการ เรื่อง ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี รวมค่าเฉลี่ย IOC ทั้งหมด จำนวน 70 ข้อ เท่ากับ 0.89 โดยพิจารณาแต่ละข้อ พบว่า มีค่า IOC มากกว่า 0.5 จำนวน 70 ข้อ และมีค่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับ (Item-Total Correlation) มากกว่า 0.70 และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ทั้งฉบับจำนวน 70 เท่ากับ .943 มากกว่า 0.80 มีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) อยู่ระดับสูงมาก

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

การศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีแบ่งออกเป็นสอง ผลการวิเคราะห์ รายละเอียดดังนี้

5.1.1.1 ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน

ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.34$, $SD=0.652$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.41$, $SD=0.372$) อันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.39$,

SD=0.271) อันดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง (\bar{X} =3.37, SD=0.452) และอันดับที่ 4 คือ ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง (\bar{X} =3.21, SD=0.442) ตามลำดับ

5.1.1.2 ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม

ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง (\bar{X} =3.33, SD=0.543) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง (\bar{X} =3.39, SD=0.367) อันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดีมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง (\bar{X} =3.34, SD=0.405) อันดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง (\bar{X} =3.32, SD=0.293) และอันดับที่ 4 คือ ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลงมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง (\bar{X} =3.28, SD=0.343) ตามลำดับ

5.1.1.3 ปัจจัยความคิดสร้างสรรค์

ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยความคิดสร้างสรรค์ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก (\bar{X} =3.49, SD=0.604) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านความยืดหยุ่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก (\bar{X} =3.58, SD=0.425) และอันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านจินตนาการมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง (\bar{X} =3.39, SD=0.383) ตามลำดับ

5.1.1.4 ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม

ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก (\bar{X} =3.44, SD=0.207) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก (\bar{X} =3.49, SD=0.466) อันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก (\bar{X} =3.46, SD=0.359) อันดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านบทบาทของสมาชิกมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก (\bar{X} =3.42, SD=0.406) และอันดับที่ 4 คือ ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง (\bar{X} =3.37, SD=0.489) ตามลำดับ

5.1.1.5 ปัจจัยความมีจริยธรรม

ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยความมีจริยธรรม ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก (\bar{X} =3.46, SD=0.25) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก (\bar{X} =3.5, SD=0.47) อันดับที่ 2 คือ ปัจจัย

ด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.45$, $SD=0.446$) และอันดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.43$, $SD=0.233$) ตามลำดับ

5.1.1.6 ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม

ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรมภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.47$, $SD=0.312$) โดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.51$, $SD=0.478$) อันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.49$, $SD=0.437$) อันดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.48$, $SD=0.37$) และอันดับที่ 4 คือ ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.42$, $SD=0.427$) ตามลำดับ

5.1.1.7 ศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

รูปแบบโมเดลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร รายละเอียด ดังนี้

1) องค์ประกอบ มีทั้งหมด 5 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) องค์ประกอบปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด (Marketing differentiation: CA3) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Quality differentiation: CA4) (2) องค์ประกอบปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating: ILV2) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4) (3) องค์ประกอบปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4) (4) องค์ประกอบปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) และ (5) องค์ประกอบปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม

(Innovative Organization-Atmosphere: ILI) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1) ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization: ILI2) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4)

2) ตัวแปรส่งผล มีทั้งหมด 4 ตัว ได้แก่ (1) ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating: ILV2) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4) มีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด (Marketing differentiation: CA3) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Quality differentiation: CA4) (2) ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4) มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) และมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) (3) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) และมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) และ (4) ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1) ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization: ILI2) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) และมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับ

ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV)

3) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร มีทั้งหมด 12 กลุ่ม ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด (Marketing differentiation: CA3) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Quality differentiation: CA4) ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) และปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating: ILV2) (2) ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating: ILV2) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization: ILI2) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) และปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4) (3) ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4) ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) และปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) (4) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Quality differentiation: CA4) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านความรู้และ

ค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) และปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) (5) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4) ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) และปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4) (6) ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization: ILI2) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4) ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) และปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) (7) ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) และปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4) (8) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) และปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1) (9) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) และปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) (10) ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) และปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) (11) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1) และ (12) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4)

การตรวจสอบความสอดคล้องกันของโมเดลหรือตรวจสอบความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ถ้าสอดคล้องกันก็สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ และถ้าตัวแปรไม่มีความสอดคล้องกันแล้ว ตัวแบบสมการโครงสร้างจะไม่สามารถนำมาคำนวณได้ ผู้วิจัยต้องดำเนินการปรับโมเดลจนมีความสมบูรณ์เป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือตามหลักของขบวนการวิจัยก่อนนั่นเอง ดังนั้นการพัฒนาโมเดลให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์นั้น นิยมเรียกว่า “Model Fit” ซึ่งผลการวิจัยพบว่า โมเดลตัวแบบเชิงประจักษ์กับตัวแบบทางทฤษฎี (โมเดลต้นแบบ) มีความสอดคล้องกัน ซึ่งผ่านเกณฑ์การตรวจสอบโมเดล ดังนี้) ค่า Chi-square Probability Level: CMIN-p เท่ากับ 69.249 (2) Relative Chi-square: CMIN/df เท่ากับ 1.332 (3) Goodness of Fit Index: GFI เท่ากับ .969 และ (4) Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA เท่ากับ .036 สรุปผลการวิจัยที่ได้ผ่านการตรวจสอบความสอดคล้องกันของตัวแบบทางทฤษฎี (โมเดลต้นแบบ) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งมีความสอดคล้องกัน

เมื่อพิจารณาตัวแปรเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ผลรวมอิทธิพลพบว่า ตัวแปรเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) และอิทธิพลทางอ้อมต่อปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) มากที่สุดคือ ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1) ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization: ILI2) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) โดยมีค่าผลรวมอิทธิพลในทิศเดียวกัน เท่ากับ 0.06 (อิทธิพลทางตรงบวกอิทธิพลทางอ้อม)

รองลงมา ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4) โดยมีค่าผลรวมอิทธิพลในทิศเดียวกัน เท่ากับ 0.012 (อิทธิพลทางตรงบวกอิทธิพลทางอ้อม) และ ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) โดยมีค่าผลรวมอิทธิพลในทิศตรงข้ามกัน เท่ากับ -0.025 (อิทธิพลทางตรงบวกอิทธิพลทางอ้อม)

ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating: ILV2) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4) เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด (Marketing differentiation: CA3) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Quality differentiation: CA4) โดยมีค่าผลรวมอิทธิพลในทิศเดียวกัน เท่ากับ 0.172

5.1.2 ผลการสร้างแนวทางการพัฒนาการภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

จาก 5.1.1 ผู้วิจัยได้ตัวแปรทั้งหมด 22 ตัวแปร และนำผลจากการสังเคราะห์ข้อมูลมาสร้างแนวทางการพัฒนาการภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีโดย โดย ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 5 ท่าน เห็นด้วยกับความเหมาะสมของแนวทางทั้งหมดองค์ประกอบคิดเป็นร้อยละ 100 มีรายละเอียด ดังภาพที่ 5.1 ของผลการศึกษา

แนวทางการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย มีอยู่ 4 แนวทาง ดังนี้

แนวทางที่ 1 สำหรับปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี มีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขันมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ ปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำ โดยมีค่าผลรวมอิทธิพลในทิศเดียวกัน

แนวทางที่ 2 สำหรับปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรมมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้มีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม โดยมีค่าผลรวมอิทธิพลมากที่สุด ซึ่งอยู่ในทิศเดียวกัน

แนวทางที่ 3 สำหรับปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์มีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และมีความความสัมพันธ์เชิง

สาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม โดยมีค่าผลรวมอิทธิพลในทิศเดียวกัน

แนวทางที่ 4 สำหรับปัจจัยความมีจริยธรรมมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านความรู้ และค่านิยมทางจริยธรรม ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม มีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม โดยมีค่าผลรวมอิทธิพลน้อยที่สุด ซึ่งอยู่ในทิศตรงข้ามกัน

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 การศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

5.2.1.1 ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ โดยมีค่าผลรวมอิทธิพลในทิศเดียวกัน ทั้งนี้เนื่องจากภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์จะเป็นผู้นำที่มีลักษณะเป็นเยี่ยมในด้านการติดต่อสื่อสารและด้านการกำหนดวิสัยทัศน์แล้วปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ที่วางไว้ และยังเป็นผู้นำที่สร้างสรรค์สิ่งที่มีลักษณะเฉพาะ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยเริ่มต้นลงมือปฏิบัติแล้วกระตุ้นขอความร่วมมือขอรับการสนับสนุนจากบุคคลอื่น ๆ เพื่อนำพาวิสัยทัศน์ไปสู่ความสำเร็จ ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์จะสามารถคิดนอกกรอบและสามารถมองเห็นภาพรวมของสิ่งที่ต้องการจะเป็นในองค์กรได้ทั้งหมด ซึ่งคุณลักษณะภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ประกอบด้วย ความเป็นผู้มีควมรับผิดชอบต่อวิสัยทัศน์ เป็นผู้มีวิสัยทัศน์และแรงบันดาลใจที่เด่นชัดสำหรับองค์กร เป็นผู้ที่เสริมสร้างพลังอำนาจในด้านความสัมพันธ์ของคนในองค์กรและเป็นทีเคารพนับถือของผู้ตาม เป็นผู้ที่อุทิศตนเพื่อการเปลี่ยนแปลง เป็นผู้ที่มีความกล้าต่อการลงมือปฏิบัติ เป็นผู้ที่มีแนวคิดสร้างสรรค์พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลง ยังสอดคล้องกับงานกิติมา หงส์ศิริกาญจน์ (2563) ได้ศึกษาเรื่องลักษณะภาวะผู้นำของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จ ในประเทศไทย งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะภาวะผู้นำที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในประเทศไทยยุค 4.0 ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงลักษณะการทำธุรกิจ ทำให้การแข่งขันทวีความรุนแรงและรวดเร็วมากยิ่งขึ้นและส่งผลให้แนวคิดของธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นที่สนใจมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ผลจากงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าธุรกิจสตาร์ทอัพมากกว่า 75% ประสบกับความล้มเหลวในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพตั้งแต่ปี

แรก และลดลงเรื่อย ๆ ในปีต่อ ๆ มาโดยหนึ่งในสาเหตุหลักมาจากภาวะผู้นำของตัวผู้ประกอบการสตาร์ทอัพเอง ในขณะที่ประเทศไทยก็มีผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จเพียงไม่ถึง 400 ราย ทั้ง ๆ ที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นจำนวนหลายหมื่นล้านบาท โดยที่ผลจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าปัจจัยหลักที่เป็นลักษณะผู้นำที่สำคัญประกอบไปด้วย 5 ปัจจัยหลักคือ ด้านการชอบเข้าสังคม ด้านการเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ ด้านการวางแผนและการสร้างระบบ ด้านเหตุผล และด้านวิสัยทัศน์ อย่างไรก็ตาม เมื่อทำการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 32 คน และการทำสนทนากลุ่มกับกลุ่มตัวอย่างอีก 7 คน ทำให้ค้นพบว่าตัวแปรด้านภาวะผู้นำที่สำคัญถึง 3 ตัวแปรได้ถูกตัดออก คือ ตัวแปรด้านการชอบเข้าสังคม ด้านการวางแผนและการสร้างระบบ ด้านเหตุผล และจากการวิจัยทำให้ได้พบตัวแปรใหม่ที่สำคัญอีกสามตัวแปรคือ ด้านมูมานะ ด้านการเรียนรู้ ด้านกล้าตัดสินใจ ทำให้การวิจัยในครั้งนี้สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรที่สำคัญของลักษณะภาวะผู้นำของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยประกอบด้วย 5 ตัวแปรคือ ลักษณะของคนที่มีลักษณะมูมานะ ลักษณะชอบการเรียนรู้ ลักษณะการเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ ลักษณะของผู้ที่มีวิสัยทัศน์ และลักษณะการเป็นคนทีกล้าตัดสินใจ

5.2.1.2 ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ โดยมีค่าผลรวมอิทธิพลในทิศเดียวกัน ทั้งเนื่องจากบุคลากรในธุรกิจสตาร์ทอัพต้องมีคุณลักษณะสำคัญ คือ มีความคิดสร้างสรรค์ กล้าคิด กล้าทำกล้าเสี่ยง มีความมุ่งมั่นที่จะทำตามความฝัน มีทักษะและขีดความสามารถในเทคโนโลยีขั้นสูง ซึ่งผู้บริหารทรัพยากรมนุษย์จำเป็นต้องดึงดูบุคลากรที่มีศักยภาพสูงร่วมทีมงานยังสอดคล้องกับงานกฤษฎา มะแอ และกฤษฎา ผิงใจ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในประเทศไทย เป็นการศึกษาเพื่อค้นหาต้นแบบธุรกิจสตาร์ทอัพ ที่เหมาะสมกับธุรกิจในประเทศไทยเพื่อให้เกิดความเข้ม แข็ง และประสบความสำเร็จ ลดความผิดพลาด รวมถึงความล้มเหลว ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสู่ความสำเร็จของสตาร์ทอัพในประเทศไทย ขึ้นอยู่กับลักษณะการดำเนินงาน และกลุ่ม เป้าหมายที่แตกต่างกันโดยสามารถสรุปได้ดังนี้ ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจังหวะเวลาเป็นสำคัญ ธุรกิจประเภท User-Generated Content จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทีมเป็นสำคัญ ธุรกิจสตาร์ทอัพประเภทบริการจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านแนวความคิดใหม่ ๆ ความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถเรียกความสนใจให้คนมาใช้บริการได้ โดยหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจในทุกประเภทคือ รูปแบบในการดำเนินธุรกิจ (Business Model)

5.2.1.3 ปัจจัยความมีจริยธรรม มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม โดยมีค่าผลรวมอิทธิพลในทิศตรงข้ามกัน ทั้งเนื่องจากความเป็นผู้นำด้านจริยธรรมส่งผลกระทบต่อผลการ

ปฏิบัติงานของพนักงานและการพัฒนาภาวะผู้นำขององค์กร ผู้นำขององค์กรจะเป็นบุคคลที่มีภาวะผู้นำที่แข็งแกร่ง และเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับพนักงานของตน สองตัวแปรที่สำคัญ คือ ความไว้วางใจ และความมุ่งมั่น เพื่อให้เข้าใจถึงความเป็นผู้นำทางจริยธรรมและผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ดี ยังสอดคล้องกับงานวิไล พิงผล และ นรินทร์ สังข์รักษา (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ถอดรหัสการประกอบการธุรกิจ ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ ประเทศไทย 4.0 จากผลการวิจัยที่พบว่า อุดมการณ์ยึดมั่นการจัดการธุรกิจสตาร์ทอัพและสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้เป็นผู้บังคับบัญชาด้านนวัตกรรมประกอบด้วย การจัดการกับธุรกิจให้แตกต่างอย่างโดดเด่นเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีใหม่ มีแนวคิดผลิตสินค้ารวดเร็ว โดยไม่พึ่งแหล่งเงินทุนมากเกินไป เปรียบวาทกรรมนี้ว่า “แจ๊คผู้ล้มนายทุนยักษ์ใหญ่ทรงพลังได้อย่างน่าภาคภูมิใจ” โดยมีอำนาจสนับสนุนที่เกิดจากความชำนาญเชิงลึกในธุรกิจ สินค้าโดดเด่นมีคุณภาพด้วยต้นทุนต่ำ ใช้สื่อทางสังคมทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักในวงกว้าง มีแนวคิดให้บริการหลังการขายสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า ทำให้พบประสบการณ์ใหม่ทางวาทกรรมนี้ว่า “ธุรกิจจิว ความคิดแจ๋ว บริหารแบบผู้เชี่ยวชาญ” ในงานวิจัยนี้พบความจำเป็นที่ต้องพึ่งพาโลกาภิวัตน์โดยสินค้าลอกเลียนแบบยาก สร้างสินค้าแตกต่างอย่างสิ้นเชิง สร้างพันธมิตรกับนายทุนใหญ่/บริษัทข้ามชาติ เป็นประสบการณ์ใหม่ดังวาทกรรมที่ว่า “ปลาเร็วกินปลาใหญ่” มีการปรับเปลี่ยนแนวคิดสู่ “ปลาเล็กวงไวกล้ำหาญออกจาทะเลลึกกัดกินปลาใหญ่จนสิ้นซาก” สุดท้ายผลการวิจัยพบอีกว่ารัฐบาลจะต้องเร่งผลักดันและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง คือ 1) ยึดนโยบายรัฐ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน 2) ภาครัฐบาลให้ทุนสนับสนุน 3) ภาครัฐบาลเร่งเพิ่มพูนความรู้และทักษะสู่การลงมือปฏิบัติ 4) มีทีมที่ปรึกษาให้คำแนะนำที่ยึดมั่นตามอุดมการณ์อย่างมุ่งมั่นโดยมีวาทกรรมที่ว่า “ในความเก่งของผู้ประกอบการจะต้องเป็นคนที่มีความรู้คู่คุณธรรม” เพื่อประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพอย่างยั่งยืน ส่วนภาคปฏิบัติพบว่า อำนาจความรู้สามารถถอดรหัสทางวาทกรรมที่ว่า 1) ผูกขาดผลิตสินค้าเพียงผู้เดียวด้วยการจดสิทธิบัตร 2) ผลิตสินค้าตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่องและดูแลสิ่งแวดล้อมชุมชน 3) สร้างประสบการณ์ให้ลูกค้าซื้อสินค้าคุณภาพจากจุดบกพร่องที่ลูกค้ารู้สึกได้ (Pain Point) สำหรับแนวทางการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้เป็นผู้เชี่ยวชาญจำเป็นต้องอาศัยภาครัฐบาล คือ 1) แผนอบรมและพัฒนาผู้ประกอบการระยะเวลา 1 ปีและ 5 ปี 2) จัดที่ปรึกษาให้คำแนะนำการสร้างทายาทต่อเนื่องในงานและธุรกิจและลงมือปฏิบัติเฝ้ารอบด้านในยุคประเทศไทย 4.0 กล่าวในภาษาสากลว่า “Being A Talented Man” (BATMAN)

5.2.1.4 ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์กรนวัตกรรม มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ ปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ โดยมีค่าผลรวมอิทธิพลในทิศเดียวกันทั้งเนื่องจากธุรกิจสตาร์ทอัพมักนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการดำเนินกิจกรรม ประสานงาน และการติดต่อสื่อสารภายใต้บรรยากาศที่เป็นกันเอง โดยธุรกิจสตาร์ทอัพจำเป็นต้องมีความพร้อมทั้งด้าน

อุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและการใช้แอปพลิเคชันในการทำงานที่หลากหลาย และสามารถเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ที่สะดวก รวดเร็ว และทั่วถึง ในปัจจุบันธุรกิจสตาร์ทอัพหลายแห่งได้นำแอปพลิเคชันด้านการสื่อสารในทีมงานมาใช้ในองค์กร ซึ่งสามารถจำแนกทีมงานเป็นกลุ่มย่อยตามลักษณะงาน มีระบบจัดการสมาชิกในทีมงานได้อย่างเป็นระเบียบ ช่วยให้การติดต่อประสานงาน และเข้าถึงข้อมูลภายในทีมงานมีความสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ยังสอดคล้องกับงานกิติมา หงส์ศิริกาญจน์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ลักษณะเฉพาะของทีมในการเริ่มต้นธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย งานวิจัยนี้ศึกษาลักษณะของทีมงานในธุรกิจสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จผ่านการวิจัยเอกสารและการวิจัยเชิงคุณภาพ การเปลี่ยนแปลงการจัดการธุรกิจส่งผลกระทบต่อการบริหารคนภายในองค์กร ที่ผ่านมาการบริหารจัดการองค์กรมุ่งเน้นไปที่การวางระบบสร้างโครงสร้างมาตรฐานโดยรวมบริหารคนผ่านความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดการและพนักงาน อย่างไรก็ตามแนวทางใหม่ในการดำเนินธุรกิจภายใต้การสนับสนุนของรัฐบาลไทยที่ชื่อว่า “สตาร์ทอัพ” จำเป็นต้องมีวิธีใหม่ในการจัดการคนในฐานะผู้นำและทีมธุรกิจนี้ต้องการบุคลากรที่มีความสามารถซึ่งไม่เพียง แต่มีทักษะความคิดสร้างสรรค์และเป็นนักแก้ปัญหาที่ดี แต่ยังสามารถทำงานเป็นทีมได้อีกด้วย การทบทวนวรรณกรรมแสดงให้เห็นว่าคุณลักษณะของทีมที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ ทักษะการสื่อสารระหว่างทีมและผู้นำความภาคภูมิใจและความมุ่งมั่น และทิศทางเดียวกันและไว้วางใจระหว่างสมาชิกในทีม หลังจากที่ถูกวิจัยได้ทำการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 32 คนและกลุ่มเป้าหมายจำนวน 7 คนผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นเกี่ยวข้องกับทั้งหมดสำหรับสมาชิกในทีมที่ประสบความสำเร็จ อย่างไรก็ตามยังมีการค้นพบการค้นพบใหม่ความคิดริเริ่ม ดังนั้นงานวิจัยนี้สามารถสรุปได้ว่ากรอบแนวคิดของสมาชิกทีมสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับปัจจัยลักษณะ 5 ประการ ได้แก่ การสื่อสารความภาคภูมิใจและความมุ่งมั่นเป้าหมายและทิศทางเดียวกันความไว้วางใจและความคิดริเริ่ม ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นล้วนเกี่ยวข้องกับสมาชิกในทีมที่ประสบความสำเร็จ อย่างไรก็ตามยังมีการค้นพบการค้นพบใหม่ความคิดริเริ่ม ดังนั้นงานวิจัยนี้สามารถสรุปได้ว่ากรอบแนวคิดของสมาชิกทีมสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับปัจจัยลักษณะ 5 ประการ ได้แก่ การสื่อสารความภาคภูมิใจและความมุ่งมั่นเป้าหมายและทิศทางเดียวกันความไว้วางใจและความคิดริเริ่ม

5.2.2 ผลการสร้างแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี มีอยู่ 4 แนวทาง คือ แนวทางที่ 1 สำหรับปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม แนวทางที่ 2 สำหรับปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม แนวทางที่ 3 สำหรับปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม และแนวทางที่ 4 สำหรับปัจจัยความมีจริยธรรม ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจสตาร์ทอัพมีบทบาทสำคัญที่ช่วยกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจการค้าการลงทุน เทคโนโลยี และยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้บริโภค จึงเป็นประเด็นท้าทายสำหรับผู้บริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจสตาร์ทอัพที่ต้องทบทวนว่า จะมีวิธีใดที่จะสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้บุคลากรใช้ศักยภาพอย่างสร้างสรรค์ เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ซึ่งการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจสตาร์ทอัพจะประสบความสำเร็จได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับผู้บริหารทรัพยากรมนุษย์จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เชิงรุกและเชื่อมโยงไปสู่การปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ ยังสอดคล้องกับงาน ชินินทร เพ็ญสูตร (2561) ได้ศึกษาเรื่อง สตาร์ทอัพไทยแลนด์: กรณีศึกษาสตาร์ทอัพในจังหวัดเชียงใหม่ ตามที่รัฐบาลได้มีการผลักดันนโยบายประเทศไทย 4.0 อย่าง เป็นทางการตั้งแต่ ปี พ.ศ.2559 เป็นต้นมา พบว่าวงการสตาร์ทอัพในประเทศไทยได้เกิดการตื่นตัวเพิ่มมากขึ้น ในปัจจุบัน มีสตาร์ทอัพไทยที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติ สามารถระดมทุนได้ในหลักพันล้าน เหรียญสหรัฐขึ้นไป อย่างไรก็ตาม สตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติและระดับชาติ ล้วนเป็นสตาร์ทอัพจากกรุงเทพมหานคร จนถึงปัจจุบันไม่ปรากฏว่ามีสตาร์ทอัพจากภูมิภาคสามารถก้าวขึ้นมาเป็นสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติ บทความนี้มุ่งพิจารณาการก่อตัวของสตาร์ทอัพในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งถือเป็นสตาร์ทอัพที่ได้รับการสนับสนุน จากทางภาครัฐและมหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงใหม่ อย่างไรก็ตามบทความนี้ ชี้ให้เห็นว่าสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่มีการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในระดับที่ไม่ซับซ้อนทำให้มีความเสี่ยงในการเติบโตและความ เป็นไปได้ในการแข่งขันในระยะยาว นอกจากนี้ปัญหาที่สตาร์ทอัพในจังหวัด เชียงใหม่กำลังเผชิญคือแนวคิด สตาร์ทอัพมีความซ้ำซ้อนและการเข้ามาของสตาร์ทอัพจากต่างประเทศที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อสตาร์ทอัพจากจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้สตาร์ทอัพประเภทที่สมควรมีการพัฒนาในจังหวัดเชียงใหม่ คือ สตาร์ทอัพด้านการเกษตรและสตาร์ทอัพด้านการท่องเที่ยว ในปัจจุบันพบว่าสตาร์ทอัพด้านการเกษตรยังเป็นสตาร์ทอัพสาขาที่ขาดแคลนในจังหวัดเชียงใหม่ ภาครัฐควรมีการสนับสนุนสตาร์ทอัพเฉพาะทางในจังหวัดเชียงใหม่ โดยสนับสนุนสตาร์ทอัพทั้งในระดับจังหวัดและรับบาลท้องถิ่นควรสนับสนุนสตาร์ทอัพระดับชุมชนเพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพิงตนเองทางเศรษฐกิจในระยะยาว โดยสตาร์ทอัพชุมชนไม่จำเป็นต้องมีการใช้เทคโนโลยีที่ซับซ้อน เมื่อเปรียบเทียบกับสตาร์ทอัพในระดับจังหวัดตามที่รัฐบาลได้มีการผลักดันนโยบายประเทศไทย 4.0 อย่าง เป็นทางการตั้งแต่ ปี พ.ศ.2559 เป็นต้นมา พบว่าวงการสตาร์ทอัพในประเทศไทยได้เกิดการตื่นตัวเพิ่มมากขึ้น ในปัจจุบันมีสตาร์ทอัพไทยที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติ สามารถระดมทุนได้ในหลักพันล้านเหรียญสหรัฐขึ้นไป อย่างไรก็ตาม

ก็ตามสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติและระดับชาติ ล้วนเป็นสตาร์ทอัพจากกรุงเทพมหานคร จนถึงปัจจุบันไม่ปรากฏว่ามีสตาร์ทอัพจากภูมิภาคสามารถก้าวขึ้นมาเป็นสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติ บทความนี้มุ่งพิจารณาการก่อตัวของสตาร์ทอัพในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งถือเป็นสตาร์ทอัพที่ได้รับการสนับสนุน จากทางภาครัฐและมหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงใหม่ อย่างไรก็ตามบทความนี้ชี้ให้เห็นว่าสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่มีการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในระดับที่ไม่ซับซ้อนทำให้มีความเสี่ยงในการเติบโตและความ เป็นไปได้ในการแข่งขันในระยะยาว นอกจากนี้ปัญหาที่สตาร์ทอัพในจังหวัดเชียงใหม่กำลังเผชิญคือแนวคิดสตาร์ทอัพมีความซ้ำซ้อนและการเข้ามาของสตาร์ทอัพจากต่างประเทศที่ส่งผลกระทบต่อสตาร์ทอัพจากจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้สตาร์ทอัพประเภทที่สมควรมีการพัฒนาในจังหวัดเชียงใหม่ คือสตาร์ทอัพด้านการเกษตรและสตาร์ทอัพด้านการท่องเที่ยว ในปัจจุบันพบว่าสตาร์ทอัพด้านการเกษตรยังเป็นสตาร์ทอัพสาขาที่ขาดแคลนในจังหวัดเชียงใหม่ ภาครัฐควรมีการสนับสนุนสตาร์ทอัพเฉพาะทางในจังหวัดเชียงใหม่ โดยสนับสนุนสตาร์ทอัพทั้งในระดับจังหวัดและรัฐบาลท้องถิ่นควรสนับสนุนสตาร์ทอัพระดับชุมชนเพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพิงตนเองทางเศรษฐกิจในระยะยาว โดยสตาร์ทอัพชุมชนไม่จำเป็นต้องมีการใช้เทคโนโลยีที่ซับซ้อน เมื่อเปรียบเทียบกับสตาร์ทอัพในระดับจังหวัด

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ใน 2 ส่วน ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

5.3.1.1 ข้อเสนอแนะไปใช้ปฏิบัติในปัจจุบันความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี มีรายละเอียดดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรมควรเพิ่มเติมเรื่องปริมาณของสินค้าใหม่ที่ออกสู่ตลาด มีการวิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ
- 2) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาดควรเพิ่มเติมเรื่อง มีตราสินค้า/มีเอกลักษณ์ของบริษัท มีความหลากหลายของตัวสินค้า
- 3) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพควรเพิ่มเติมเรื่อง มีการตอบสนองต่อลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีการเข้มงวดในการควบคุมคุณภาพสินค้า
- 4) ปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำควรเพิ่มเติมเรื่อง มีการลดค่าใช้จ่ายทุกหน่วยงานในองค์กร มีการลดต้นทุนทุก ๆ ขั้นตอนของกระบวนการผลิต

5.3.1.2 ข้อเสนอแนะไปใช้ปฏิบัติในปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี มีรายละเอียดดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลงควรเพิ่มเติมเรื่อง ผู้นำองค์การระบุนโยบายที่สนับสนุนการสร้างนวัตกรรมเพื่อเคลื่อนไหวกระบวนการทำงานขององค์การ ผู้นำองค์การและพนักงานร่วมกันทำยุทธศาสตร์เชิงรุก เพื่อนำวิสัยทัศน์สู่การปฏิบัติ
- 2) ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ควรเพิ่มเติมเรื่อง ผู้นำองค์การร่วมประชุมเพื่อกำหนดค่านิยมร่วมในการเปลี่ยนแปลงร่วมกัน ทั้งองค์การ ผู้นำองค์การมีการสื่อสารการดำเนินการตามวิสัยทัศน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานทราบถึงทิศทางและการขับเคลื่อนขององค์การ
- 3) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ควรเพิ่มเติมเรื่อง ผู้นำองค์การและพนักงานแสดงความเชื่อมั่นในวิสัยทัศน์ ผู้นำองค์การมีการจัดประชุมปรึกษาหารือเพื่อปรับโครงสร้างองค์การ เพื่อให้สอดคล้องกับภาระที่ต้องปฏิบัติ และเน้นการกระจายอำนาจ
- 4) ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดีควรเพิ่มเติมเรื่อง ผู้นำองค์การมีความสามารถในการแก้ปัญหาความขัดแย้งอย่างสร้างสรรค์และเป็นยุติธรรมสำหรับทุกคน ผู้นำองค์การและพนักงานร่วมกำหนดเกณฑ์และมาตรฐานการปฏิบัติงานและผู้บริหารเป็นแบบอย่างที่ดีในการปฏิบัติตามเกณฑ์และมาตรฐาน

5.3.1.3 ข้อเสนอแนะไปใช้ปฏิบัติในปัจจัยความคิดสร้างสรรค์ของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี มีรายละเอียดดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านจินตนาการควรเพิ่มเติมเรื่อง ผู้นำองค์การเปิดโอกาสให้พนักงานมีอิสระด้านความคิดในการวางแผนการทำงานของตนเองอย่างสร้างสรรค์ ผู้นำองค์การมีการสร้างทางเลือกใหม่ ๆ มีความคิดนอกกรอบเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและขับเคลื่อนการทำงาน
- 2) ปัจจัยด้านความยืดหยุ่นควรเพิ่มเติมเรื่อง ผู้นำองค์การสร้างทางเลือกเพื่อสนับสนุนกระบวนการวิจัยในการแก้ปัญหาและพัฒนา ผู้นำองค์การกระตุ้นให้พนักงานมีทางเลือกหลากหลายในการพัฒนางานใหม่ ๆ ให้เกิดนวัตกรรมการทำงาน

5.3.1.4 ข้อเสนอแนะไปใช้ปฏิบัติในปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี มีรายละเอียดดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านบทบาทของสมาชิกควรเพิ่มเติมเรื่อง ผู้นำองค์การร่วมกับพนักงานจัดประชุมเพื่อกำหนดจุดมุ่งหมาย บทบาทเพื่อสร้างกิจการในการปฏิบัติงานตามความสามารถและความถนัดของพนักงาน ผู้นำองค์การและพนักงานร่วมจัดระบบและขั้นตอนการทำงานของบุคลากรในองค์การเพื่อสนับสนุนต่อการปฏิบัติงานร่วมกัน
- 2) ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วมควรเพิ่มเติมเรื่อง ผู้นำองค์การเปิดโอกาสให้พนักงานสะท้อนผลการทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่องและเสนอแนะแนวทางในการทำงานครั้งต่อไป

ผู้นำองค์การเปิดโอกาสให้พนักงานผลัดกันเป็นผู้นำ หรือผู้ตามในการปฏิบัติงานและวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดจากการปฏิบัติงาน

3) ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงานควรเพิ่มเติมเรื่อง ผู้นำองค์การส่งเสริมการปฏิบัติงานร่วมกันของพนักงานให้สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมกับองค์การอื่นในรูปแบบเครือข่ายได้ ผู้นำองค์การมีการนำผลการประเมินการปฏิบัติงานของบุคลากรมาพิจารณาประกอบในการกำหนดภาระงาน

4) ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ควรเพิ่มเติมเรื่อง ผู้นำองค์การส่งเสริมให้พนักงานมีน้ำใจเอื้อเฟื้อ ช่วยเหลือในการปฏิบัติงานร่วมกัน พนักงานร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงานร่วมกันอย่างมีความสุข

5.3.1.5 ข้อเสนอแนะไปใช้ปฏิบัติในปัจจัยความมีจริยธรรมของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรมควรเพิ่มเติมเรื่อง ผู้นำองค์การกล้าเปลี่ยนแปลงโดยคำนึงถึงความเป็นธรรมและถูกกฎหมาย ผู้นำองค์การมีจิตสำนึกที่ดี ซื่อสัตย์ สุจริต และรับผิดชอบ

2) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรมควรเพิ่มเติมเรื่อง ผู้นำองค์การมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงานรักษามาตรฐาน มีคุณภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้ ผู้นำองค์การยึดถือผลประโยชน์ขององค์การเหนือกว่าผลประโยชน์ตน และไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อน

3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรมควรเพิ่มเติมเรื่อง ผู้นำองค์การจัดองค์การในการบริการด้วยความรวดเร็วเป็นกัลยาณมิตรและไม่เลือกปฏิบัติ ผู้นำองค์การยึดมั่นในหลักวิชาชีพและจรรยาบรรณของผู้บริหารองค์การ

5.3.1.6 ข้อเสนอแนะไปใช้ปฏิบัติในปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรมของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ควรเพิ่มเติมเรื่อง ผู้นำองค์การสร้างบรรยากาศภายในองค์การที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความเท่าเทียมที่จะได้รับการส่งเสริม สนับสนุนความก้าวหน้าในวิชาชีพ ผู้นำองค์การส่งเสริมให้พนักงานแสวงหาความรู้และทักษะใหม่ ๆ จากแหล่งเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์การ เพื่อนำไปสร้างหรือพัฒนานวัตกรรมเป็นของตนเอง

2) ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ควรเพิ่มเติมเรื่อง ผู้นำองค์การส่งเสริมให้พนักงานมีความสามารถในการเขียน การถ่ายทอดความรู้ การสร้างนวัตกรรมในรูปแบบการวิจัย ผู้นำองค์การส่งเสริมสนับสนุนให้พนักงานเข้าถึงในการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้

3) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบควรเพิ่มเติมเรื่อง แผนปฏิบัติการประจำปีของ องค์การสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์การ ผู้นำองค์การมองภาพรวมขององค์การในแง่มุมต่าง ๆ รู้ ศักยภาพขององค์การได้ชัดเจน

4) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ควรเพิ่มเติมเรื่อง ผู้นำ องค์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีอยู่ในการจัดสภาพแวดล้อมทางการทำงานให้กับพนักงาน ผู้นำ องค์การจัดสรรงบประมาณ เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้าน ICT ที่เพียงพอ แต่อยู่บนพื้นฐานของ การวิเคราะห์ความจำเป็น ทันสมัย และคุ้มค่าต่อการลงทุน

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรศึกษาตัวแปรสังเกตอื่นที่อาจส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของ ธุรกิจสตาร์ทอัพ เช่น การรับรู้ความยุติธรรมภายในองค์การ บรรยากาศขององค์การ คุณลักษณะของงาน เป็นต้น

5.3.2.2 ควรการศึกษาวิจัยแนวทางการพัฒนาทักษะการบริหารและปัจจัยเชิงสาเหตุ ที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพ ไปใช้ศึกษาวิจัยกับจังหวัดอื่น ๆ

5.3.2.3 ควรมีการศึกษาต่อยอดโดยนำองค์ประกอบที่ได้ไปสร้างรูปแบบการพัฒนา ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เช่น การสัมภาษณ์ หรือสนทนากลุ่ม ทำให้องค์ประกอบมาสร้างขั้นที่ สามารถตอบวัตถุประสงค์ได้ชัดเจน

บรรณานุกรม

- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2559). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม Digital Thailand** ใน การประชุมธนาคารรัฐวิสาหกิจ (น.116-117). กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- กรีซ แร่งสูงเนิน. (2554). **การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOSเพื่อการวิจัย**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- กฤษยา มะแอ และกฤษณา ฝิ่งใจ. (2561). **ปัจจัยสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในประเทศไทย**. วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ, ปีที่ 28 (ฉบับที่ 2) กรกฎาคม – ธันวาคม 2561.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2557). **การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS**. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.
- กิติมา หงส์ศิริกาญจน์. (2562). **การศึกษาภาวะผู้นำธุรกิจสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- _____. (2563). **ลักษณะภาวะผู้นำของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จ ในประเทศไทย**. วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย, 12(1): 261-278.
- กองบริหารภาษีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก, กรมสรรพากร. (2561). **ลักษณะของ SMEs**. Retrieved April 12, 2019, from <http://www.rd.go.th/publish/38056.0.html>
- คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้นแห่งชาติ, กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2560). **คุณสมบัติของ Startup**. ค้นเมื่อ 5 เมษายน 2562, จาก <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10101718485428349&set=a.719314091759&type=3&theater>
- จิราพร พลกษานุกูล. (2561). **ทำไม KPI ไม่ตอบโจทย์**. สืบค้น 5 ตุลาคม, 2563, จาก <https://www.prachachat.net/csr-hr/news-178964>.
- ชนินทร เพ็ญสุตร. (2561). **พอดแคสต์ ลีoadทางเลือกใหม่: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสหรัฐอเมริกาและไทย**. วารสารวิชาการ กสทช. 2561, 3: 272-289.
- ชัยฤทธิ์ ทองรอด. (2550). **ภาวะผู้นำในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายใต้วิกฤตเศรษฐกิจกับการอยู่รอดของอุตสาหกรรม**. มหาวิทยาลัยรามคำแหง: ม.ป.ท.
- ณฤทธิ์ วรพงษ์ดี. (2560). **SET Your Startup Business Guide รู้จัดธุรกิจสตาร์ทอัพ**. ห้องเรียนผู้ประกอบการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

- เทคซอส มีเดีย. (2561). **3 ปัญหาโลกแตกที่ SME หรือ Startup เจอกันมาตลอดในการหาพนักงานใหม่พร้อมวิธีแก้**. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2562, จาก <https://techsauce.co/news/top-3-recruiting-challenges-sme-and-startup-face/>
- ธานินทร์ ศิลป์ จารุ. (2555). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยSPSS และ AMOS**. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). **การวิเคราะห์ทอภิมาน**. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นุชจรี พิเชฐกุล และพนารัตน์ ปานมณี. (2555). *The determinants of sticky cost behavior: a structural equation modeling approach*. วารสารวิชาชีพบัญชี, 8 23 ธันวาคม 2555: 29-61.
- พรรัตน์ แสดงหาญ. (2563). **การปรับตัวในการทำงานที่บ้านของผู้ปฏิบัติงานในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกในช่วงวิกฤตโควิด-19**. วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, 9(2): 14-33.
- มาร์เก็ตติ้ง อู๊ปส์. (2561). **เมื่อ WeChat กำลังแซงหน้า Facebook**. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 เมษายน 2562, จาก <https://www.marketingoops.com/exclusive/insider-exclusive/wechat-is-overtaking-facebook-page/>.
- วิไล พึ่งผล และ นรินทร์ สังข์รักษา. (2561). **ถอดรหัสการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพในบริบทสังคมไทยยุค 4.0**. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี.
- วิจิต อู่อัน. (2550). **การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ**. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริยุพา รุ่งเรืองสุข. (2559). **วัฒนธรรมองค์กรของ Start-up ระดับโลก**. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/639682>
- ศูนย์ให้บริการ SME ครบวงจรแห่งที่ 10. (2563). **เอกสารรายชื่อผู้เข้าโครงการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ (Start up) ตั้งแต่เริ่มโครงการ ปี 2559 จนถึงปี 2562**. นนทบุรี: สำนักงานจังหวัดนนทบุรี. (ถ่ายสำเนาเอกสาร)
- สมาร์ท เอสเอ็มอี. (2559). **8 เครื่องมือช่วยให้ Startup ประสบความสำเร็จ**. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.smartsme.co.th/content/53122>
- สมพิศ ทองปาน. (2559). **HR เชิงรุกในยุคของการเปลี่ยนแปลง**. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 10(3): 245-258.
- สำนักงานจังหวัดนนทบุรี. (2563). **แผนพัฒนาจังหวัดนนทบุรี 4 ปี (พ.ศ.2561-2564) (ฉบับทบทวนปี พ.ศ.2563)**. นนทบุรี: สำนักงานจังหวัดนนทบุรี.

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). **รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เดือนสิงหาคม พ.ศ.2560**, 9(12).
- สำนักงานสถิติจังหวัดนนทบุรี/สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). **รายงานประจำปี 2561**. กรุงเทพฯ: กองสถิติพยากรณ์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี. (2562). **รายงานประจำปี 2561**. นนทบุรี: สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2547). **สุดยอดนวัตกรรมไทย**. กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ.
- สุทธิชัย ปัญญโรจน์. (2555). **ครบเครื่องเรื่องนักบริหาร**. กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส.
- สุธาสินี แม้นญาติ. (2554). **โมเดลความสัมพันธ์โครงสร้างปัจจัยที่ส่งผลต่อภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น**. วิทยานิพนธ์ ศษ.ด. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- สุวิมล ตีรภานันท์. (2551). **การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี ชัดแฉ่ม. (2547). **การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน**. วารสารการวิจัยและวัดผลการศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา, 2(1): 15.
- อนัญญา บรรจงพิศุทธิ์ และ กัญญามน กาญจนาทวิกุล. (2563). **ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพด้านโลจิสติกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร**. วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ.
- อรอนงค์ โรจน์วัฒนบุลย์. (2553). **การพัฒนาตัวแบบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม**. วิทยานิพนธ์ปริญญา ดุษฎีบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เอสเคิร์ฟฮับ. (2560). **10 บริษัท Startup และเทคโนโลยีที่คนรุ่นใหม่อยากทำงานด้วยมากที่สุด**. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.scurvehub.com/startup/detail/26>
- เอสเอ็มอีสตาร์ทอัพ. (2561). **Time Mint HR ยุคดิจิทัล ช่วยบริหารงานบุคคล**. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.smethailandclub.com/startups-3476-id.html>
- Abraham, C., Roy, G., & David, G. (2010). **The importance of innovation leadership in cultivating strategic fit and enhancing firm performance**. The Leadership Quarterly. Elsevier.
- Adair, John E. (1996). **Effective Innovation: How to Stay Ahead of The Competition**. London: Pan Books.

- Ailin, M. and Lindgren: (2008). *Innovation Leadership in Danish SMEs*. In **Management of Innovation and Technology, 2008. ICMIT 2008. 4th IEEE International Conference on 21-24 September 2008**: 98-103. Retrieved November 22, 2008 from IEEE Xplore.
- Anika, D., Astrid, C. H., Diana, B., Sven, C. V., & Daniela, G. (2015). *Transformational leadership sub-dimensions and their link to leaders' personality and performance*. **The Leadership Quarterly**, 26: 1095–1120.
- Annunzio, S. (2001). *E-leadership*. **Training**, 38(6): 67-69.
- Antonakis, J., Cianciolo, A. T. & Sternberg, R. J. (2003). **Leadership: Past, present and future**. Retrieved from [http://www.Sagepub.com/antonakis% 20 Chapter% 201_3987.pdf](http://www.Sagepub.com/antonakis%20Chapter%201_3987.pdf)
- Ashiqur, R. (2016). *Organization Strategies & Innovative Leadership Management*. **International Journal of Business and Management**, 11(10): 206-223.
- Ashkan, K. (2016). *Creative and innovative leadership: measurement development and validation*. **Management Research Review**, 40(10): 1117-1138.
- Bass, B.M. (1997). **New Paradigm of Leadership: An Inquiry into Transformational Leadership**. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Beal, R. M. and M. Yasai-Ardekani. (2000). *Performance Implications of Aligning CEO Functional Experiences with Competitive Strategies*. **Journal of Management**, 26(4): 733-762.
- Bennis, W., & Nanus, B. (1985). **Leaders: The strategies for taking change**. New York: Harper and Row.
- Bennis, W. (2002). **Become a Tomorrow Leader**. In Spears, L. (Ed.) *Focus on Leadership: Servant Leadership for the Twenty-First Century*, Wiley. New York. NY: 101-109.
- Bernard, M. B., & Paul, S. (1999). *Ethics, Character, and Authentic Transformational Leadership Behavior*. **Leadership Quarterly**, 10(2): 181–217.
- Blake, Robert R. & Jane Srygley Mouton. (1964). **The managerial grid**. Houston Texas: Gulf Publishing Company.
- Blank, Steve. (2010). **What A Startup? First Principles**. Retrieved April 12, 2019, from <https://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-สตาร์ทอัพ-first-principles/>

- Blank, S. (2017). **Why the lean start-up changes everything**. Harvard business review. May(2013).
- Bohan, G.P. & Horney, N.F. (1991). *Pinpointing the real cost of quality in a service company*. **National Productivity Review**, (Summer): 309-317.
- Brands, R., & Jeff, Z. (2010). **Fraud, Innovation and Societal Cost of Business Gone Bad**. From <http://www.innovationcoach.com/fraud-innovation-and-societal-cost-of-business-gonebad.html>
- Byrne, B. M. (2001). **Structural Equation Modeling with AMOS**. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Campanella, J. (1990). **Principles of quality costs**. (2nd ed.). Milwaukee, WI: ASQC Quality Press.
- Carlo, O., Francesco, M., Jean-Sébastien, B., & Adalgisa, B. (2015). *Linking managerial practices and leadership style to innovative work behavior: The role of group and psychological processes*. **Leadership & Organization Development Journal**, 36(5): 545-569.
- Casse: , & Claudel: G. (2007). **Philosophy for creative leadership: How philosophy can turn people into more effective leaders**. n.p.
- Chanadda: , Pongkamon, S., & Pitchada, S. (2014). *A Study on the Relationships between Ethical Leadership, Work-life Balance, Organizational Socialization, and Organizational Citizenship Behavior of Teachers in Northern Thailand*. **International Journal of Behavioral Science**, 9(2): 17-28.
- Chin-Sheng, C. (2017). **Price Discrimination in Input Markets and Quality Differentiation**. Springer.
- Chuanlin, D., & Li, Z. (2014). *A Comparative Study on Hotel Services Marketing Differentiation between Beijing and Taipei*. **Service Systems and Service Management (ICSSSM)**. 2014 11th International Conference on.
- Cisco. (2014). **Cisco Connected World Technology Report**. Retrieved from <https://www.cisco.com/c/dam/en/us/solutions/collateral/enterprise/connected-worldtechnology-report/ccwtr-press-deck.pdf>
- Cronbach, Lee J. (2001). **Essentials of psychological testing**. 5th ed. New York: Harper Collins.

- Davis, K. (1967). **Human relations at work: The dynamics of organizational behavior** (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Dean, J. W. Jr., & Evans, J. R. (1994). **Total quality: Management, organization, and strategy**. St. Paul, MN: West Publishing.
- Don R. Hansen, Maryanne M. Mowen. (2015). **Cornerstones of cost management** (3rd ed.). Mason, OH: Cengage Learning.
- Doyle, M. E., & Smith, M. K. (1999). **Born and bred leadership heart and informal education**. London: YMCA George Williams College/The Rank Foundation.
- Dubrin, J.A. (1998). **Leadership Research Findings, Practice, and Skills**. Boston, MA.: Houghton Mifflin.
- Emmett, E. (2016). **Ethical behavior, Leadership, and Decision Making**. Walden **Dissertations and Doctoral Studies**. Walden University.
- Fenwick, F. J., Gayle, C. A., & Harald, B. (2014). **Enhancing performance in small professional firms through vision communication and sharing**. Springer.
- Fred E. Fiedler. (1967). **A Theory of Leadership Effectiveness**. New York: McGraw Hill.
- Freddie, A. (2005). **Leadership in rural areas: Breathing New Vitality into rural communities**. Retrieved May 23, 2017, from <http://www.socwk.utah.edu/rural/pdf/6-b.pdf>
- Galanaki, E. (2002). *The decision to recruit online: A descriptive study*. Career International. **Development**, 7(4): 243-251.
- Garvin, D. A. (1984). *What does "Product Quality" really mean?*. **Sloan Management Review**, 26 (1): 25-43.
- Gavett, G. (2017). **The Steep Psychological Price of Starting Your Own Company**. Harvard Business Review. n.d.
- Gazdik, Anna. (2018). Nonprofits: Big Problems, Small Budgets. **Marriott Student Review**.2 (1): 11.
- Gholamshahi, E., & Seyyed, A. A. A. (2012). *The study of relationship between professional ethics and personnel's organizational commitment of Bu Ali sina petro chemistry company*. **Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business**, 3(10): 771-787.

- Grant, R. M. (1991). **Contemporary strategy analysis**. Cambridge, MA: Blackwell Publishers.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). **Multivariate data analysis: a global perspective** (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Hammill, G. (2005). **Mixing and managing four generations of employee**. Retrieve April 4 2018. FDU Magazine Online, from <https://www.fdu.edu/newspubs/magazine/05ws/generations.htm>
- House, Robert J. & Mitchell, R. (1977). *Path-Goal Theory of Leadership*. **Journal of Contemporary Business**, 16: 81-97.
- Hay Group. (2005). **The Innovative Organization: Lessons Learned from Most Admired Companies**. Hay Insight Selections.
- Hendry, R., & Henrik, E. (2017). *Exploring differences between private and public organizations in business excellence models*. **International Journal of Operations & Production Management**, 37(12): 1795-1816.
- Herman, H. M. T., & Warren. C. K. C. (2014). *Transformational leadership and job performance: A social identity perspective*. **Journal of Business Research**, 67: 2827-2835.
- Hickman, C. and Silva, M. (1984). **Creating Excellence: Managing Culture and Change in the New Age**. New American Library. New York. NY.
- Higgins, James M. (1995). **Innovate or Evaporate: Test & Improve Your Organization's IQ-Its Innovation Quotient**. New York: New Management Publishing Company.
- Horth, D. M., & Vehar, J. (2012). **Becoming a Leader Who Fosters Innovation**. Center for Creative Leadership
- Institute of Work Psychology. (2003). **Developing Innovation Culture: Implication**. n.p.: n.p.
- Jacobs, T. O., & Jaques, E. (1987). **Leadership in complex systems**. In J. Zeidner (Ed.), **Human productivity enhancement** (pp. 7–65). New York: Praeger.
- Janda, K. F. (1960). *Towards the explication of the concept of leadership in terms of the concept of power*. **Human Relation**, 13(4): 345-363.

- Jeevan, J., & Manisha, D. (2014). *The impact of transformational leadership on employee creativity: the role of learning orientation*. **Journal of Asia Business Studies**, 9(1): 78-98.
- Jennifer, E. S., et al. (2016). **Leadership in Mammalian Societies: Emergence, Distribution, Power, and Payoff**. Elsevier.
- Jong, Jeroen P. and Den Hartog, Deanne N. (2007). *How Leaders Influence Employees' Innovative Behaviour*. **European Journal of Innovation Management**, 10(1): 41-64.
- Jongseok, C., Youngbae, K., Jeong-Yeon, L., & Daniel, G. B. (2015). *Transformational Leadership and Inter-Team Collaboration: Exploring the Mediating Role of Teamwork Quality and Moderating Role of Team Size*. **Group & Organization Management**, 40(6): 715-743.
- Jose, F. M., Juan, J. T., Jorge, , Maria, D. L. & Eva, M. P. (2015). *The effects of quality and environmental management on competitive advantage: A mixed methods study in the hotel industry*. **Tourism Management**, 50: 41-45.
- Jorge, P-M, Maria, D. L-G, Eva, M. P-O. (2015). *The effects of quality and environmental management on competitive advantage: A mixed methods study in the hotel industry*. **Tourism Management**.50, (15), 41-54.
- Kapur, A. (2011). **Transforming Schools – Empowering Children**. New Delhi, Thousand Oaks, London: SAGE Publication.
- Kantabutra, S., & Avery, G. C. (2010). *The power of vision: Statements that resonate*. **Journal of Business Strategy**, 31(1): 37-45.
- Katz, D., & Kahn, R. L. (1978). **The social psychology of organizations** (2nd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Kay, A. L., & Gulzar, H. S. (2016). *An Iterative, Low-Cost Strategy to Building Information Systems Allows a Small Jurisdiction Local Health Department to Increase Efficiencies and Expand Services*. **Journal of Public Health Management and Practice**, 22(6): 95-100.
- Keen: G. (2003). *IT's agenda for e-leadership*. **Computer world**, 3(34): 4-5.
- Kurt Lewin. (1960). **The Dynamic of Group Action, Education Leadership**. New York: Henry Holt B. Co.

- Koontz, H. and H. Weihrich. (1988). **Management**. (2nd ed.). Massachusetts: Houghton Mifflin Co.
- Kuczmariski, Thomas D. (2003). *What is Innovation? And Why aren't Companies Doing More of It?*. **Journal of Consumer Marketing**, 20(6): 536-541.
- Kurt Lewin. (1951). *Field Theory in Social Science: Selected Theoretical Papers*,
- Lawless, David J. (1979). **Organizational Behavior: The Psychology of Effective Management** (2nd ed.). Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Leonidas, C. L., Thomas, A. F., Paul, C., Stavroula, S., & Constantine, S. K. (2015). *Environmentally friendly export business strategy: Its determinants and effects on competitive advantage and performance*. **International Business Review**, 24: 798-811.
- LeSourd, S. J., & Others. (1990). **Validation of a Visionary Leadership Attitude Instrument Using Factor Analysis**. Paper presented at the Annual Meeting of the Mid-Western Educational Research Association. Chicago. IL.
- Lussier, R. N., & Achua, C. F. (2004). **Leadership: Theory, application, skill development**. Mason, OH: Thomson/South-Western.
- McKeen, James D. & Smith, Heather A. (2003). **Making IT Happen: Critical Issues in IT Management**. Ontario: Wiley.
- Marquardt, M. J., & A. Reynolds. (1994). **The Global Learning Organization: Gaining Competitive Advantage through Continuous Learning**. Burr Ridge: Ill.
- Michael, D. M., Erin, M. T., Cory, H., & Tristan, M. (2017). *Cognitive skills and leadership performance: The nine critical skills*. **The Leadership Quarterly**, 28: 24-39.
- Michael, E. B., & Linda, K. T. (2015). **Do Role Models Matter? An Investigation of Role Modeling as an Antecedent of Perceived Ethical Leadership**. Springer.
- Min-Jae, K., Jeongki, L., & Jun-Young: (2015). *The Effect of Cooperation-Strategy Fit on the Performance of Subcontractors-Focused on Samsung Electronics' Subcontractors*. **Journal of Economics, Business and Management**, 3(3): 370-376.

- Mintzberg, Henry. et al. (2003). **The Strategy Process: Concepts, Context, Cases.** (4th ed). New Jersey: Prentice Hall.
- Monych, Bonnie D. (2014). Multigenerational Workforce: How to Bridge the Generation Gap. Accessed June, 24 2016. Available from: <http://www.insperity.com/blog/multigenerational-workforce-how-to-bridge-the-generation-gap/>
- Morrison, O'Toole, Richard, E. L. (1971). **The Organization Management and Tactics of Social Research.** Cambridge: Schenkman.
- Naim, N., Raed, A., & Yun, K. B. (2012). *The impact of transformational leadership style on innovation as perceived by public employees in Jordan.* **International Journal of Commerce and Management**, 22(3): 182-201.
- N. R. Kuncel, D. M. Klieger, D. S. Ones. (2014). *In Hiring, Algorithms Beat Instinct.* **Harvard business review.**
- Northern Ireland Executive. (2005). **Leadership: An exploration of issues relating to leadership in the public domain.** Retrieved April 20, 2019, from <http://www.rpani.gov.uk/leadership/intro.html>.
- Ozan Onağ, Mustafa Tepeci, A. Ayçe Başalp. . (2015). *Organizational Learning Capability and its Impact on Firm Innovativeness.* **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 150 (2014): 708 - 717.
- Palus, C.J. and Horth, D.M. (2002). **The Leader's Edge: Six Creative Competencies for Navigating Complex Challenges.** Jossey-Bass/Wiley Publishers. San Francisco. CA.
- Paul Hersey and Kenneth H. Blanchard. (1993). **Management of Organizational Behavior: Utilizing Human Resources.** Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Paul, W. F., Gene, E. H., & Julie, D. H. (2015). *Leading and Managing the 21st Century Research University: Creating, Implementing, and Sustaining Strategic Change.* **International Journal of Leadership and Change**, 3(1): 29-39.
- Paul, J. P., Kelsey, E. M., & Michael, D. M. (2015). *Leader cognition in vision formation: Simplicity and negativity.* **The Leadership Quarterly**, 26: 448-469.
- Porter, M. E. (1980). **Competitive strategy.** New York: Free Press.

- Porter, M. E. (1985). **Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance**. New York: Author.
- Pulley, M. L., Sessa, V., & Malloy, M. (2002). *E-leadership: a two-pronged idea*. **Training and Development**, 35–47.
- Quinn, James B. (1991). *Managing Innovation: Controlled Chaos*. **Harvard Business Review**, 63(3): 17-28.
- Raduan, C. R., Haslinda, A., & Alimin, I. I. (2010). *A Review on the Relationship between Organizational Resources, Competitive Advantage and Performance*. **The Journal of International Social Research**, 3(11): 490-498.
- Richard, E.B., Kylie, R. & Scott, N.T. (2015). *The role of the positive emotional attractor in vision and shared vision: toward effective leadership, relationships, and engagement*. **Frontiers in Psychology**, 6(670): 1-13.
- Roland, T. R., Christine, M., & Dickson: R. (2002). *Getting return on quality: Revenue expansion, cost reduction, or both*. **Journal of Marketing**, 66(4): 7-24.
- Schmidt, G.M., Porteus, E.L. (2000a). *The impact of an integrated marketing and manufacturing innovation*. **M & SOM**, 2(4): 317–336.
- Schmidt, G.M., Porteus, E.L. (2000b). *Sustaining-technology leadership can require both cost competence and innovative competence*. **M & SOM**, 2(1): 1–18.
- Sean, S., Sangeetha: , Caroline, W., Nicola, M., Jenny, D., & Jane, B. (2015). **Understanding the role of teamwork in recruitment to randomised controlled trials in surgical oncology-results from an exploratory study**, 3rd International Clinical Trials Methodology Conference, Glasgow, UK., 16-17 November 2015
- Senge: M. (1994). **Building learning organizations** H.I. Costin (Ed.). **Total quality management**. Dryden Press. New York. NY.
- Sharon, D. (2005). **Overview of trait and behavior approaches**. Retrieved May 12, 2017, from <http://www.drurywriting.com/sharon/1.trait.and.behavior.htm>
- Sheldene, K. S., Julian, B., & Nick, T. (2010). **Transformational leadership and leader moral orientation: Contrasting an ethic of justice and an ethic of care**. *The Leadership Quarterly*. Elsevier.

- Shukurat, M. B. (2012). *Impact of Ethical Leadership on Employee Job Performance*. **International Journal of Business and Social Science**, 3(11): 228-236.
- Sooksan, K., & Gayle, C. A. (2010). *The power of vision: statements that resonate*. **Journal of Business Strategy**, 31(1): 37-45.
- Startup Thailand Center: National Innovation Agency. (2561). **สมคิดสั่งตั้งงบหมื่นล้านบาท สตาร์ทอัพ**. เข้าถึงได้จาก <https://www.startupthailand.org/somkid-orders-b10bn-spent-onstartup-fund-th/>
- Steffen, R.G., Niels, V. Q., Suzannevan, G., Daanvan K., & Janine, A.J.M.K. (2015). *In the moral eye of the beholder: the interactive effects of leader and follower moral identity on perceptions of ethical leadership and LMX quality*. **Frontiers in Psychology**, 6(1126): 1-11.
- Stogdill, R. M. (1974). **Handbook of leadership: A survey of the literature**. New York: Free Press.
- Suk, B. C., Kihwan, K., S.M. Ebrahim, U., & Seung-Wan, K. (2016). *Transformational leadership and employee creativity: Mediating role of creative self-efficacy and moderating role of knowledge sharing*. **Management Decision**, 53(5): 894-910
- Sununta, S. & Bechter, Clemens. (2001). *Strategic Human Resource Management and Firm Innovation*. **Research and Practice in Human Resource Management**, 9(1): 35-57.
- Sutton, Stanley M. (2000). **The Role of Process in Software Start-up**. Retrieved April 20, 2019, from https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-33515-5_14
- Tammi, B. (2015). **Thinking in Systems: Improving Organizational Effectiveness and Culture**. Reporting Analyst Oregon Health & Science University Foundation
- Tannenbaum, R. Weschler, L. R., & Massarik, F. (1961). **Leadership and organization**. New York: McGraw-Hill.
- Techsauce. (2017). **Thailand Tech Startup Report Q1 2017**. เข้าถึงได้จาก <https://techsauce.co/report/thailand-tech-startup-ecosystem%E2%80%8B-q1-2017/>

- The Global Entrepreneurship and Development Institute. (2016). **GEDi: The Global Entrepreneurship Index 2016**. Retrieved September 30, 2018, from <http://thegedi.org/countries/thailand>
- Tidd, Joe, Bessant, John and Pavitt, Keitk. (2001). **Managing Innovation Integrating Technological Market and Organization Change**. Chichester: John Willey & Sons.
- Trewatha, R. L. and Newport, G. M. (1982). **Management**. Plano Texas: Business Publication.
- Virgile, C., & Naciba, H. (2015). *The relevance of innovation leadership for environmental benefits: A firm-level empirical analysis on French firms*. **Technological Forecasting & Social Change**, 91: 194–207.
- Vroom, Victor & Phillip W. Yetton. (1973). **Leadership and decision – making**. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press.
- Von Stamm, Bettina. (2008). **Managing Innovation, Design and Creativity**. Chichester: John Willey & Sons.
- Watt, D. (2002). **How innovation occurs in high schools within the network of innovative schools: The four pillars of innovation research project**.
- Wiig, K. (1997). **Knowledge management Foundation**. Arlington, TX: Scgema.
- Weiss, D. S., & Legrand, C. (2011). **Innovative Intelligence: The Art and Practice of Leading Sustainable Innovation in Your Organization**. Ontario: Friesens.
- Williams, E. M. (2005). **Reality Orientation, Remotivation, and Validation Therapy: Comparison of Use in Older People with Dementia**. In Haight, B & Gibson, F. (Ed), *Burnside's Working with Older Adult: group process and technique* (175-190). Massachusetts: Jones and Bartlett.
- William J. Reddin. (1970). **Managerial Effectiveness**. New York: McGraw-Hill Book
- Yi-Ru, R. C. (2017). *Perceived values of branded mobile media, consumer engagement, business-consumer relationship quality and purchase intention: A study of WeChat in China*. **Public Relations Review**, 43: 945–954.
- Young, S. C., Joo, Y. J., & Kevin, L. (2017). *The QM evolution: Behavioral quality management as a firm's strategic resource*. **International Journal of Production Economics**, 191: 233–249.

- Zaccaro, S.J. and Banks, D. (2004). *Leader visioning and adaptability: bridging the gap between research and practice on developing the ability to manage change. Human Resource Management*, 43(4): 367-380.
- Zdenko, S., Marek, , Katarína, S., & Katarína, M. (2016). *The Organizational Culture as a Support of Innovation Processes' Management: A Case Study. International Journal for Quality Research*, 10(4): 769–784.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

กลุ่มที่ 1 อาจารย์หรือนักวิชาการที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาเอกในสาขาที่เกี่ยวข้องกับสาขาบริหารธุรกิจ หรือสาขาทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 2 คน

1. ผศ.ดร.วราดวง สมณาศักดิ์ คณบดีสำนักวิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
2. อาจารย์ ดร.โชคมามาศ พลศรี อาจารย์ประจำหลักสูตรการบริหารทรัพยากรมนุษย์
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
อุบลราชธานี

กลุ่มที่ 2 เจ้าหน้าที่ดูแลโครงการสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี จำนวน 2 คน

1. ดร.ณัฐพล นิมมานพัชรินทร์ ผู้อำนวยการใหญ่ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจ
ดิจิทัล (ดีป้า)
2. นายนิธิ สีแพร รองผู้อำนวยการด้านดิจิทัล วิจัย และพัฒนา
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กลุ่มที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ด้านการสร้างรูปแบบ จำนวน 1 คน

1. อาจารย์ ดร.ปัญญาดา จันทกิจ อาจารย์ประจำหลักสูตรการบริหารทรัพยากรมนุษย์
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
สวนสุนันทา

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญการสร้างแนวทางการพัฒนา

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี จำนวน 5 คน

1. นางสาวรัฐวรรณ ฉลาดชื่นชม ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ
2. นางสาวแสงเทียน สุนันตา ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ
3. นางลัดดา อมรชัยประสิทธิ์ ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ
4. นางรัตนา นิพนธ์ศิริ ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ
5. นายวุทธิชัย ฉัตรประยูรวงศ์ ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ

กลุ่มที่ 2 ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี จำนวน 5 คน

1. นายมานิต จตุจรรย์พงศ์ ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ SME
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. นายนิพนธ์ ยุทธนาระวิศักดิ์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
สายงานพัฒนาธุรกิจ ผลิตภัณฑ์และบริการ
ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
แห่งประเทศไทย
3. นางปรางมาศ เขียรธนู ผู้ช่วยผู้อำนวยการธนาคารออมสิน
สายงานพัฒนาธุรกิจผู้ประกอบการ
รายย่อยและ SMEs Start up
4. ดร.ไตรมาส พูลผล ผู้จัดการศูนย์ SMEs ครบวงจร จังหวัดปทุมธานี
สังกัดสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม (สสว.)
5. นายสรกิจ มั่นบุปผชาติ รองประธานสถาบัน SMI สภาอุตสาหกรรม
แห่งประเทศไทย

กลุ่มที่ 3 นักวิชาการ จำนวน 5 คน

1. ดร.ปริศนา ตั้งมุกทาสวัสดิ์ หัวหน้าหลักสูตรการตลาดและการตลาดดิจิทัล
สังกัดคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
เขตพื้นที่น่าน

2. ดร.เบญจพร โมกชะเวส ผู้ช่วยผู้อำนวยการหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต
สังกัดคณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม
3. ดร. สมฤกษ์ การวิวัฒน์ อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขานวัตกรรมการจัดการ
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
สวนสุนันทา และเลขานุการคณะอนุกรรมการ
คณะอนุกรรมการส่งเสริมอุตสาหกรรมเอสเอ็มอีไทย
สภาผู้แทนราษฎร
4. ดร.เสาวภา เมืองแก่น อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
มหาวิทยาลัยธนบุรี
5. ผศ.ดร.อาภรณ์ อินฟ้าแสง ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามเพื่อการศึกษา

เลขที่แบบสอบถาม

--	--	--

แบบสอบถามเพื่อการศึกษา
เรื่อง ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน
ของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาข้อมูลเพื่อนำไปใช้ประกอบเงินทุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปประมวลผลและวิเคราะห์ผลเพื่อเสนอแนวทางในการปรับปรุงเรื่ององค์ประกอบเชิงสำรวจของการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัดนนทบุรี

2. แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับท่านตามความจริง

สำหรับผู้วิจัย

1. เพศ

P1.....

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

P2.....

1. ต่ำกว่า 30 ปี

2. 30 – 40 ปี

3. 41 – 50 ปี

4. มากกว่า 50 ปี

3. ระดับการศึกษา

P3.....

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

2. ปริญญาตรี

3. ปริญญาโท

4. ปริญญาเอก

ตอนที่ 2 ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีที่มีต่อภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมและ
ความสามารถในการแข่งขัน

คำอธิบาย ความคิดเห็น หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่ได้รับจากการรับรู้เกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิง
นวัตกรรม และความสามารถในการแข่งขัน ดังนี้

ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม คือ 1) การมีวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง 2) ความคิดสร้างสรรค์ 3)
การทำงานเป็นทีมและมีส่วนร่วม 4) ความมีจริยธรรม และ 5) บรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม

ความสามารถในการแข่งขัน คือ 1) ต้นทุนที่ต่ำ 2) การสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม 3)
การสร้างความแตกต่างด้านการตลาด 4) การสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ

คำชี้แจง โปรดแสดงความคิดเห็นที่มีต่อภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน
ของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี โดยทำเครื่องหมาย ลงในช่องที่กำหนดให้ตามความ
คิดเห็นของท่าน (กรุณาตอบทุกข้อ)

คะแนน	ความหมาย
5	หมายถึง เห็นด้วยในระดับมากที่สุด
4	หมายถึง เห็นด้วยในระดับมาก
3	หมายถึง เห็นด้วยในระดับปานกลาง
2	หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อย
1	หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ความคิดเห็นที่มีต่อภาวะผู้นำ เชิงนวัตกรรม และความสามารถในการแข่งขัน	คะแนนความคิดเห็น (เห็นด้วย)					สำหรับ ผู้วิจัย
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	
การมีวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง						
การสร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง ผู้อำนวยการระดับวิสัยทัศน์มุ่งเน้นการสร้าง นวัตกรรมเพื่อเคลื่อนไหวกระบวนการ ทำงานขององค์กร						A1
วิสัยทัศน์ขององค์กรมีความแปลกใหม่ทำ หาย เป็นไปได้และเหมาะสมในการนำไป เป็นหลักในการพัฒนาองค์กร						A2
ผู้อำนวยการและพนักงานร่วมกันทำ ยุทธศาสตร์เชิงรุก เพื่อนำวิสัยทัศน์สู่การ ปฏิบัติ						A3
การเผยแพร่วิสัยทัศน์ ผู้อำนวยการสื่อสารวิสัยทัศน์ที่มุ่งยกระดับ คุณภาพการจัดการอย่างเป็นรูปธรรมแก่ พนักงานในองค์กร						A4
ผู้อำนวยการมีการสื่อสารการดำเนินการ ตามวิสัยทัศน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงาน ทราบถึงทิศทางการขับเคลื่อนองค์กร						A5
ผู้อำนวยการร่วมประชุมเพื่อกำหนด ค่านิยมร่วมในการเปลี่ยนแปลงร่วมกัน ทั้ง องค์กร						A6
การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ ผู้อำนวยการและพนักงานแสดงความ เชื่อมั่นในวิสัยทัศน์						A7

ความคิดเห็นที่มีต่อภาวะผู้นำ เชิงนวัตกรรม และความสามารถในการแข่งขัน	คะแนนความคิดเห็น (เห็นด้วย)					สำหรับ ผู้วิจัย
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	
ผู้อำนวยการนำวิสัยทัศน์สู่การปฏิบัติ โดยกำหนดยุทธศาสตร์ในการปฏิบัติงานของพนักงาน						A8
ผู้อำนวยการมีการมอบหมายงานและให้อิสระในการตัดสินใจและการแก้ปัญหาในการทำงานของพนักงาน						A9
ผู้อำนวยการมีการจัดประชุมปรึกษาหารือเพื่อปรับโครงสร้างองค์การ เพื่อให้สอดคล้องกับภาระที่ต้องปฏิบัติ และเน้นการกระจายอำนาจ						A10
การเป็นแบบอย่างที่ดี ผู้อำนวยการและพนักงานร่วมกำหนดเกณฑ์และมาตรฐานการปฏิบัติงานและผู้บริหารเป็นแบบอย่างที่ดีในการปฏิบัติตามเกณฑ์และมาตรฐาน						A11
ผู้อำนวยการมีความสามารถในการแก้ปัญหาความขัดแย้งอย่างสร้างสรรค์และเป็นยุติธรรมสำหรับทุกคน						A12
ผู้อำนวยการมีความสามารถในการสร้างพนักงานต้นแบบให้เป็นแบบอย่างให้พนักงานปฏิบัติตาม						A13

ความคิดเห็นที่มีต่อภาวะผู้นำ เชิงนวัตกรรม และความสามารถในการแข่งขัน	คะแนนความคิดเห็น (เห็นด้วย)					สำหรับ ผู้วิจัย
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	
ความคิดสร้างสรรค์						
จินตนาการ ผู้นำองค์การมีการคิดวิเคราะห์และการ แก้ปัญหาอย่างเป็นระบบในการทำงาน						B1
ผู้นำองค์การมีการสร้างทางเลือกใหม่ ๆ มี ความคิดนอกกรอบเพื่อหาแนวทางในการ พัฒนาและขับเคลื่อนการทำงาน						B2
ผู้นำองค์การเปิดโอกาสให้พนักงานมีอิสระ ด้านความคิดในการวางแผนการทำงานของ ตนเองอย่างสร้างสรรค์						B3
ความยืดหยุ่น ผู้นำองค์การกระตุ้นให้พนักงานมีทางเลือก หลากหลายในการพัฒนางานใหม่ ๆ ให้เกิด นวัตกรรมการทำงาน						B4
ผู้นำองค์การสร้างทางเลือกเพื่อสนับสนุน กระบวนการวิจัยในการแก้ปัญหาและ พัฒนา						B5
ผู้นำองค์การส่งเสริมพนักงานในการ ประยุกต์วิธีการปฏิบัติงานให้มีความ สอดคล้องกับลักษณะงานและบริบทของ องค์การ						B6

ความคิดเห็นที่มีต่อภาวะผู้นำ เชิงนวัตกรรม และความสามารถในการแข่งขัน	คะแนนความคิดเห็น (เห็นด้วย)					สำหรับ ผู้วิจัย
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	
การทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม						
บทบาทของสมาชิก ผู้นำองค์การร่วมกับพนักงานจัดประชุมเพื่อ กำหนดจุดมุ่งหมาย บทบาทเพื่อสร้าง กิจการในการปฏิบัติงานตามความสามารถ และความถนัดของพนักงาน						C1
ผู้นำองค์การและพนักงานร่วมจัดระบบและ ขั้นตอนการทำงานของบุคลากรในองค์การ เพื่อสนับสนุนต่อการปฏิบัติงานร่วมกัน						C2
ผู้นำองค์การมอบหมายขอบเขต อำนาจ หน้าที่ ความรับผิดชอบ ได้ชัดเจน มีความ สอดคล้องในการปฏิบัติงานร่วมกัน						C3
การมีเป้าหมายร่วม ผู้นำองค์การเปิดโอกาสให้พนักงานมีการ สอนงานและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ให้ข้อมูล เกี่ยวกับนวัตกรรมที่พัฒนาร่วมกัน						C4
ผู้นำองค์การเปิดโอกาสให้พนักงานผลัดกัน เป็นผู้นำ หรือผู้ตามในการปฏิบัติงานและ วิเคราะห์ปัญหาที่เกิดจากการปฏิบัติงาน						C5
ผู้นำองค์การเปิดโอกาสให้พนักงานสะท้อน ผลการทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่องและ เสนอแนะแนวทางในการทำงานครั้งต่อไป						C6

ความคิดเห็นที่มีต่อภาวะผู้นำ เชิงนวัตกรรม และความสามารถในการแข่งขัน	คะแนนความคิดเห็น (เห็นด้วย)					สำหรับ ผู้วิจัย
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	
การมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน ผู้นำองค์กรใช้ความสามารถที่หลากหลาย ของพนักงานประกอบเป็นทีมงานเพื่อ ปฏิบัติภารกิจโดยไม่ยึดตามสายงานเพียง อย่างเดียว						C7
ผู้นำองค์กรส่งเสริมการปฏิบัติงานร่วมกัน ของพนักงานให้สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ นวัตกรรมกับองค์กรอื่นในรูปแบบ เครือข่ายได้						C8
ผู้นำองค์กรส่งเสริมให้พนักงานมีการ ถ่ายทอดความรู้และแลกเปลี่ยนความรู้ ระหว่างกันและกันและเผยแพร่ความรู้แก่ สมาชิกอยู่เสมอ						C9
ผู้นำองค์กรมีการนำผลการประเมินการ ปฏิบัติงานของบุคลากรมาพิจารณา ประกอบในการกำหนดภาระงาน						C10
มนุษยสัมพันธ์ ผู้นำองค์กรส่งเสริมให้พนักงานมีน้ำใจ เอื้อเฟื้อ ช่วยเหลือในการปฏิบัติงานร่วมกัน						C11
พนักงานร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงาน ร่วมกันอย่างมีความสุข						C12
ผู้นำองค์กรสนับสนุนให้พนักงานมีการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันในการ ปฏิบัติงาน						C13
ผู้นำองค์กรและพนักงานเปิดกว้างและรับ ฟังความเห็นที่แตกต่างได้						C14

ความคิดเห็นที่มีต่อภาวะผู้นำ เชิงนวัตกรรม และความสามารถในการแข่งขัน	คะแนนความคิดเห็น (เห็นด้วย)					สำหรับ ผู้วิจัย
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	
ความมีจริยธรรม						
ความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม ผู้อำนวยการมีความตระหนักในฐานะเป็น ผู้ใช้อำนาจตามกฎหมาย และใช้หลัก ธรรมาภิบาลในการจัดสรรทรัพยากรของ องค์การอย่างเที่ยงธรรม						D1
ผู้อำนวยการมีจิตสำนึกที่ดี ซื่อสัตย์ สุจริต และรับผิดชอบ						D2
ผู้อำนวยการกล้าเปลี่ยนแปลงโดยคำนึงถึง ความเป็นธรรมและถูกกฎหมาย						D3
พฤติกรรมทางจริยธรรม ผู้อำนวยการมีจริยธรรมในการพัฒนา นวัตกรรม โดยไม่ลอกผลงานของคนอื่น						D4
ผู้อำนวยการมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงานรักษา มาตรฐาน มีคุณภาพ โปร่งใส และ ตรวจสอบได้						D5
ผู้อำนวยการยึดถือผลประโยชน์ของ องค์การเหนือกว่าผลประโยชน์ตน และไม่มี ผลประโยชน์ทับซ้อน						D6
สภาพแวดล้อมทางจริยธรรม						
ผู้อำนวยการจัดองค์การในการบริการด้วย ความรวดเร็วเป็นกัลยาณมิตรและไม่เลือก ปฏิบัติ						D7
ผู้อำนวยการยึดมั่นในหลักวิชาชีพและ จรรยาบรรณของผู้บริหารองค์การ						D8

ความคิดเห็นที่มีต่อภาวะผู้นำ เชิงนวัตกรรม และความสามารถในการแข่งขัน	คะแนนความคิดเห็น (เห็นด้วย)					สำหรับ ผู้วิจัย
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	
บรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม						
การให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ ผู้นำองค์การส่งเสริมให้พนักงานแสวงหา ความรู้และทักษะใหม่ ๆ จากแหล่งเรียนรู้ ทั้งภายในและภายนอกองค์การ เพื่อนำไป สร้างหรือพัฒนานวัตกรรมเป็นของตนเอง						E1
ผู้นำองค์การส่งเสริมให้พนักงานมีการ พัฒนาทักษะใหม่ ๆ ผ่านกระบวนการที่ หลากหลาย เพื่อนำไปใช้ในการยกระดับ ผลสัมฤทธิ์ของงาน						E2
ผู้นำองค์การสร้างบรรยากาศภายใน องค์การที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความเท่า เทียมที่จะได้รับการส่งเสริมสนับสนุน ความก้าวหน้าในวิชาชีพ						E3
การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ผู้นำองค์การส่งเสริมสนับสนุนให้พนักงาน เข้าถึงในการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อ สร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้						E4
ผู้นำองค์การสร้างบรรยากาศให้เกิดการ ถ่ายทอดความรู้ จัดกระบวนการ สถานที่ เวลาให้พนักงานมาร่วมแลกเปลี่ยนความรู้						E5
ผู้นำองค์การส่งเสริมให้พนักงานมี ความสามารถในการเขียน การถ่ายทอด ความรู้ การสร้างนวัตกรรมในรูปแบบการ วิจัย						E6

ความคิดเห็นที่มีต่อภาวะผู้นำ เชิงนวัตกรรม และความสามารถในการแข่งขัน	คะแนนความคิดเห็น (เห็นด้วย)					สำหรับ ผู้วิจัย
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	
การคิดเชิงระบบ ผู้นำองค์การมองภาพรวมขององค์การใน แง่มุมต่าง ๆ รู้ศักยภาพขององค์การได้ ชัดเจน						E7
แผนปฏิบัติการประจำปีขององค์การ สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์การ						E8
ผู้นำองค์การและพนักงานมีความเข้าใจใน แผนปฏิบัติการมีการจัดลำดับชั้นในการ ทำงาน มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและทราบถึง ขอบเขตหน้าที่ของตนเองโดยไม่ก้าวล้ำ หน้าที่ของคนอื่น						E9
การใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ ผู้นำองค์การจัดสรรงบประมาณ เพื่อพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานด้าน ICT ที่เพียงพอ แต่ อยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์ความ จำเป็น ทันทสมัย และคุ้มค่าต่อการลงทุน						E10
ผู้นำองค์การจัดหาหรือพัฒนาระบบจัดการ สารสนเทศที่เหมาะสมและสอดคล้องกับ ลักษณะงานและนโยบายขององค์การ ภายในกรอบแนวคิดที่ว่า ดุติ ทันทสมัย และ ง่ายต่อการใช้งาน						E11

ความคิดเห็นที่มีต่อภาวะผู้นำ เชิงนวัตกรรม และความสามารถในการแข่งขัน	คะแนนความคิดเห็น (เห็นด้วย)					สำหรับ ผู้วิจัย
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	
ผู้นำองค์กรใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีอยู่ ในการจัดสภาพแวดล้อมทางการทำงาน ให้กับพนักงาน						E12
ผู้นำองค์กรส่งเสริมและเปิดโอกาสให้ พนักงานได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็น เครื่องมือในการเข้าถึงองค์ความรู้						E13
ความสามารถในการแข่งขัน						
การสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม มีการผลิตและการทำตลาดของสินค้าใหม่						G1
มีการวิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ						G2
ปริมาณของสินค้าใหม่ที่ออกสู่ตลาด						G3
สินค้าที่ออกสู่ตลาดมีเทคโนโลยีต่างจาก ของเดิม						G4
การสร้างความแตกต่างด้านการตลาด มีตราสินค้า/มีเอกลักษณ์ของบริษัท						G5
มีช่องทางในการกระจายสินค้าที่แน่นอน						G6
มีความหลากหลายของตัวสินค้า						G7
การสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ มีการเข้มงวดในการควบคุมคุณภาพสินค้า						G8
มีการทำเลียนแบบของกระบวนการผลิตที่ดี ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ หรืออุตสาหกรรม ใกล้เคียง						G9
มีการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการ ของลูกค้า						G10
มีการตอบสนองต่อลูกค้าอย่างรวดเร็ว						G11

ความคิดเห็นที่มีต่อภาวะผู้นำ เชิงนวัตกรรม และความสามารถในการแข่งขัน	คะแนนความคิดเห็น (เห็นด้วย)					สำหรับ ผู้วิจัย
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	
ต้นทุนที่ต่ำ มีการปรับปรุงประสิทธิภาพและผลผลิต ของพนักงาน						G12
มีการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการ-ผลิต						G13
มีการลดค่าใช้จ่ายทุกหน่วยงานในองค์กร						G14
มีการลดต้นทุนทุก ๆ ขั้นตอนของ กระบวนการผลิต						G15
มีการนำเทคโนโลยีหรืออุปกรณ์ที่ทันสมัย มาใช้ในกระบวนการผลิต						G16

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และความสามารถในการแข่งขัน
ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม

.....

.....

.....

ความสามารถในการแข่งขัน

.....

.....

.....

- ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม -

ภาคผนวก ค
แบบสัมภาษณ์การสนทนากลุ่ม

แบบสัมภาษณ์การสนทนากลุ่ม
งานวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน
ของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี”

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์การสนทนากลุ่มนี้เพื่อประเมินแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี
2. แบบสัมภาษณ์การสนทนากลุ่มนี้เพื่อประเมินรูปแบบ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้
ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ทรงคุณวุฒิ
ตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามในการสัมภาษณ์เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี
ตอนที่ 3 เป็นการสัมภาษณ์การสนทนากลุ่มเพื่อประเมินเอกสารประกอบการใช้แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี
3. ขอความอนุเคราะห์จากท่านเข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่มตามวัน เวลา และสถานที่ที่กำหนด ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ด้วยความเคารพอย่างสูง
ผู้วิจัย

แบบขอความยินยอม (consent form)

ข้าพเจ้าได้อ่านรายละเอียดแบบสัมภาษณ์การสนทนากลุ่มงานวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี” โดย ผศ.ดร.เพียงเดือน เกิดอำแพง แล้ว ทั้งนี้ข้าพเจ้ามีความประสงค์สำหรับข้อมูลที่ได้ทำการประเมิน ในการสัมภาษณ์การสนทนากลุ่ม ดังนี้

โปรดทำเครื่องหมาย ในตัวเลือกตามความยินยอมของท่าน

1. การเปิดเผยข้อมูลการประเมินในภาคผนวกท้ายเล่มงานวิจัย

ยินดีให้เปิดเผย ไม่ยินดีให้เปิดเผย

2. การเปิดเผยชื่อผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ประเมินในภาคผนวกท้ายเล่มงานวิจัย

ยินดีให้เปิดเผย ไม่ยินดีให้เปิดเผย

ลงชื่อ.....

(.....)

วันที่.....

หมายเหตุ: ในกรณีที่ท่านไม่ยินดีให้เปิดเผยข้อมูลการประเมิน หรือชื่อ ข้อมูลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ และไม่มีการนำไปเปิดเผยที่ใด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์การสนทนากลุ่ม

1. ชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ.....
2. ตำแหน่งปัจจุบัน.....
3. วุฒิทางการศึกษา.....
4. องค์กรที่ท่านสังกัด.....

ตอนที่ 2 ข้อคำถามในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี มีการวิเคราะห์องค์ประกอบที่สำคัญ (Factor Analysis) โดยใช้สถิติ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และ การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis: PA)

เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

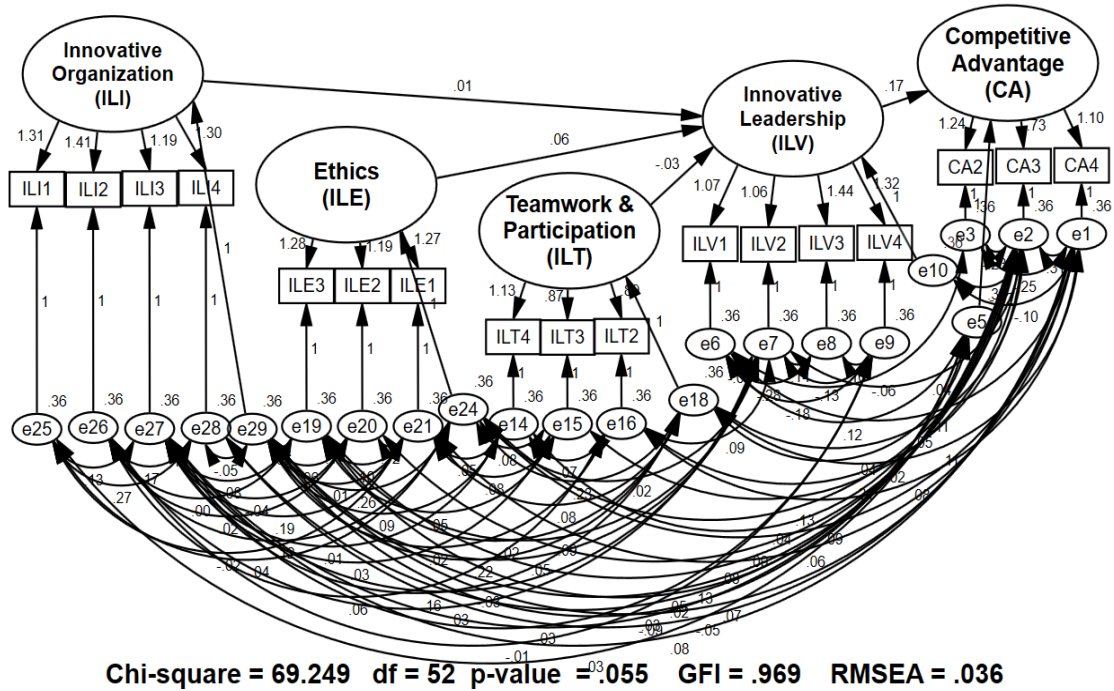
วิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี วิเคราะห์องค์ประกอบที่สำคัญ (factor analysis) โดยใช้สถิติ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และ การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis: PA)

กำหนดค่าตัวแปรดังนี้

CA	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน
CA1	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม
CA2	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด
CA3	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ
CA4	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำ
ILV	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม
ILV1	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง
ILV2	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์
ILV3	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์
ILV4	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี
ILC	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยความคิดสร้างสรรค์
ILC1	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านจินตนาการ
ILC2	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านความยืดหยุ่น
ILT	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม
ILT1	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านบทบาทของสมาชิก
ILT2	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม
ILT3	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน
ILT4	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์
ILE	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยความมีจริยธรรม
ILE1	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม
ILE2	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม
ILE3	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม
ILI	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม

ILI1	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์
ILI3	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ
ILI2	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้
ILI4	แทนค่า	ตัวแปรปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ผ่านการตกแต่งแบบความสัมพันธ์ให้เป็นแบบจำลองที่ประหยัด (Parsimonious Model) เพื่อให้ได้รูปแบบที่มีความสัมพันธ์ที่ดีที่สุด ซึ่งสะท้อนให้เห็น ปรากฏดังภาพ
ผนวกที่ 1.1



ภาพผนวกที่ 1.1 โมเดลรูปแบบเส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ผ่านการปรับโมเดล

จากภาพผนวกที่ 1.1 โมเดลรูปแบบเส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ วิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร รายละเอียด ดังนี้

1) ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating: ILV2) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4) มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด (Marketing differentiation: CA3) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Quality differentiation: CA4)

2) ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4) มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership:

ILV) และมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV)

3) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) และมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV)

4) ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1) ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization: ILI2) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) และมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV)

5) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด (Marketing differentiation: CA3) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Quality differentiation: CA4) ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) และปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating: ILV2)

6) ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating: ILV2) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) ปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization: ILI2) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) และปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4)

7) ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4) ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) และปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA)

8) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Quality differentiation: CA4) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) และปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1)

9) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4) ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) และปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4)

10) ปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization: ILI2) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4) ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) และปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4)

11) ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) และปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4)

12) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านที่มีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) และปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1)

13) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) และปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1)

14) ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) และปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2)

15) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1)

16) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4)

ประเด็นในการสนทนากลุ่ม

ท่านคิดว่าแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีในองค์ประกอบของแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี **เห็นด้วยหรือไม่ เพราะอะไร** โดยจำแนกตามองค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบของการสร้างแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีมีเห็นด้วยหรือไม่ เพราะอะไร โดยจำแนกตามองค์ประกอบ

1) องค์ประกอบปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด (Marketing differentiation: CA3) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Quality differentiation: CA4)

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....

2) องค์ประกอบปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating: ILV2) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4)

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....

3) องค์ประกอบปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4)

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....

4) องค์ประกอบปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3)

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....

5) องค์ประกอบปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization- Atmosphere: ILI) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1) ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization: ILI2) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4)

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....

ตัวแปรส่งผลของการสร้างแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีมีเห็นด้วยหรือไม่ เพราะอะไร โดยจำแนกตามองค์ประกอบ

1) ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating: ILV2) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4) มีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) ปัจจัยการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด (Marketing differentiation: CA3) ปัจจัยการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Quality differentiation: CA4)

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....

2) ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4) มีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) และมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV)

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....

3) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านความรู้ และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) และมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV)

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....

4) ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI)มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1) ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization: ILI2) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4)มีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) และมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV)

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของการสร้างแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีมีเห็นด้วยหรือไม่ เพราะอะไร โดยจำแนกตามองค์ประกอบ

1) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด (Marketing differentiation: CA3) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Quality differentiation: CA4) ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) และปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating: ILV2)

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....

2) ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Articulating: ILV2) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization: ILI2) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) และปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4)

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....

3) ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4) ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) และปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA)

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....

4) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Quality differentiation: CA4) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) ปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม (Innovative Organization-Atmosphere: ILI) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) และปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1)

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....

5) ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking: ILI3) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4) ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Cognition: ILE1) ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) และปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4)

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....

6) ปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Creating Learning Organization: ILI2) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4) ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม (Moral Environment: ILE3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Moral Behavior: ILE2) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) และปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4)

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....

7) ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตาม วิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) และปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4)

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....

8) ปัจจัยความมีจริยธรรม (Ethics: ILE) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านกรมีทักษะและแบบ แผนในการทำงาน (Skills and Patterns: ILT3) ปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (Teamwork and Participation: ILT) และปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1)

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....

9) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Innovation differentiation: CA2) มี ความสัมพันธ์กับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership: ILV) และปัจจัยด้านการ สร้างวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลง (Formulating: ILV1)

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....

10) ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relations: ILT4) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) และปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม (Share vision: ILT2)

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....

11) ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ (IT Support: ILI4) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: ILI1)

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....

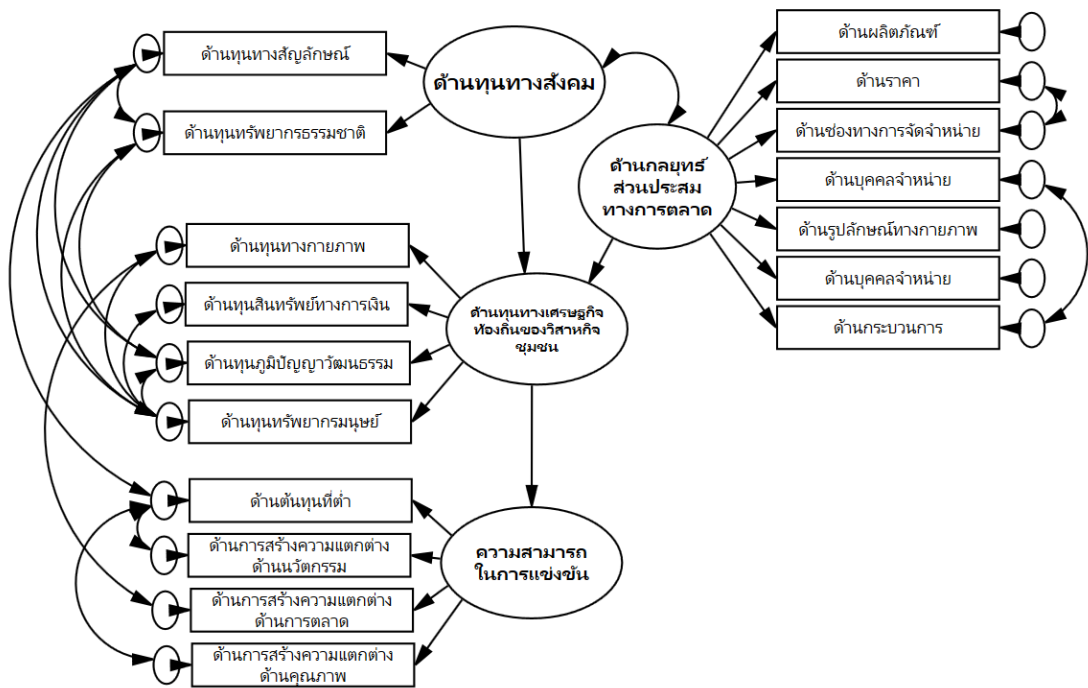
12) ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (Implementing: ILV3) มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี (Positive role model: ILV4)

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....

ท่านคิดว่าจากองค์ประกอบของแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี นำมาเป็นร่างแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี **เห็นด้วยหรือไม่ เพราะอะไร** โดยจำแนกตามองค์ประกอบ ดังนี้



ภาพผนวกที่ 1.2 ร่างแนวทางการพัฒนาการลงทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

1) องค์ประกอบปัจจัยความสามารถในการแข่งขันมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ ปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำ

เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....

2) องค์ประกอบปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....

3) องค์ประกอบปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....

4) องค์ประกอบปัจจัยความมีจริยธรรมมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรม

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....

5) องค์ประกอบปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรมมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....

6) องค์ประกอบของแนวทางการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย รายละเอียดดังนี้ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ ปัจจัยด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี มีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขันมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านการตลาด ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ ปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำ กับปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการมีเป้าหมายร่วม ปัจจัยด้านการมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน ปัจจัยด้านมนุษยสัมพันธ์มีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม กับปัจจัยความมีจริยธรรมมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางจริยธรรมมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรมมีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ ปัจจัยด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ปัจจัยด้านการคิดเชิงระบบ ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้มีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน ที่ส่งผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เหตุผล.....
.....
.....

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ขอบคุณทุกท่านที่กรุณาให้ข้อมูลในการสนทนากลุ่ม

ภาคผนวก ง
ผลการวิเคราะห์ความตรงตามเนื้อหา โครงสร้าง และหลักวิชาการ
ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ความตรงตามเนื้อหา โครงสร้าง และหลักวิชาการ
เรื่อง ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ
สตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

ข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ						
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	ค่า IOC	การ แปลผล
ความสามารถในการแข่งขัน							
การสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม							
1 มีการผลิตและการทำตลาดของสินค้าใหม่	1	1	1	0	1	0.80	ผ่าน
2 มีการวิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
3 ปริมาณของสินค้าใหม่ที่ออกสู่ตลาด	1	1	-1	1	1	0.60	ผ่าน
4 สินค้าที่ออกสู่ตลาดมีเทคโนโลยีต่างจาก ของเดิม	1	1	0	1	1	0.80	ผ่าน
การสร้างความแตกต่างด้านการตลาด							
5 มีตราสินค้า/มีเอกลักษณ์ของบริษัท	1	1	0	1	1	0.80	ผ่าน
6 มีช่องทางในการกระจายสินค้าที่แน่นอน	1	1	1	0	1	0.80	ผ่าน
7 มีความหลากหลายของตัวสินค้า	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
การสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ							
8 มีการเข้มงวดในการควบคุมคุณภาพสินค้า	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
9 มีการทำเลียนแบบของกระบวนการผลิตที่ ดีในอุตสาหกรรมอื่น ๆ หรืออุตสาหกรรม ใกล้เคียง	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
10 มีการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความคาดหวัง ของลูกค้า	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
11 มีการตอบสนองต่อลูกค้าอย่างรวดเร็ว	1	1	0	1	1	0.80	ผ่าน
ต้นทุนที่ต่ำ							
12 มีการปรับปรุงประสิทธิภาพและผลผลิต ของพนักงาน	1	1	-1	1	1	0.60	ผ่าน
13 มีการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการ- ผลิต	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
14 มีการลดค่าใช้จ่ายทุกหน่วยงานในองค์กร	1	1	0	1	1	0.80	ผ่าน

ข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ						
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	ค่า IOC	การ แปลผล
15 มีการลดต้นทุนทุก ๆ ขั้นตอนของกระบวนการผลิต	1	1	-1	1	1	0.60	ผ่าน
16 มีการนำเทคโนโลยีหรืออุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการผลิต	1	1	0	1	1	0.80	ผ่าน
ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม							
การสร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง							
17 ผู้นำองค์กรระบุนโยบายวิสัยทัศน์มุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมเพื่อเคลื่อนไหวกระบวนการทำงานขององค์กร	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
18 วิสัยทัศน์ขององค์กรมีความแปลกใหม่ท้าทาย เป็นไปได้และเหมาะสมในการนำไปเป็นหลักในการพัฒนาองค์กร	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
19 ผู้นำองค์กรและพนักงานร่วมกันทำยุทธศาสตร์เชิงรุก เพื่อนำวิสัยทัศน์สู่การปฏิบัติ	1	1	1	0	1	0.80	ผ่าน
การเผยแพร่วิสัยทัศน์							
20 ผู้นำองค์กรสื่อสารวิสัยทัศน์ที่มุ่งยกระดับคุณภาพการจัดการอย่างเป็นรูปธรรมแก่พนักงานในองค์กร	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
21 ผู้นำองค์กรมีการสื่อสารการดำเนินการตามวิสัยทัศน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานทราบถึงทิศทางการการขับเคลื่อนองค์กร	1	1	0	0	1	0.60	ผ่าน
22 ผู้นำองค์กรร่วมประชุมเพื่อกำหนดค่านิยมร่วมในการเปลี่ยนแปลงร่วมกัน ทั้งองค์กร	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์							
23 ผู้นำองค์กรและพนักงานแสดงความเชื่อมั่นในวิสัยทัศน์	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
24 ผู้นำองค์กรนำวิสัยทัศน์สู่การปฏิบัติ โดยกำหนดยุทธศาสตร์ในการปฏิบัติงานของพนักงาน	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน

ข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ						
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	ค่า IOC	การ แปลผล
25 ผู้นำองค์การมีการมอบหมายงานและให้อิสระในการตัดสินใจและการแก้ปัญหาในการทำงานของพนักงาน	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
26 ผู้นำองค์การมีการจัดประชุมปรึกษาหารือเพื่อปรับโครงสร้างองค์การ เพื่อให้สอดคล้องกับภาระที่ต้องปฏิบัติ และเน้นการกระจายอำนาจ	1	1	1	1	0	0.80	ผ่าน
การเป็นแบบอย่างที่ดี							
27 ผู้นำองค์การและพนักงานร่วมกำหนดเกณฑ์และมาตรฐานการปฏิบัติงานและผู้บริหารเป็นแบบอย่างที่ดีในการปฏิบัติตามเกณฑ์และมาตรฐาน	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
28 ผู้นำองค์การมีความสามารถในการแก้ปัญหาความขัดแย้งอย่างสร้างสรรค์และเป็นยุติธรรมสำหรับทุกคน	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
29 ผู้นำองค์การมีความสามารถในการสร้างพนักงานต้นแบบให้เป็นแบบอย่างให้พนักงานปฏิบัติตาม	1	1	0	0	1	0.60	ผ่าน
ความคิดสร้างสรรค์							
จินตนาการ							
30 ผู้นำองค์การมีการคิดวิเคราะห์และการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบในการทำงาน	1	1	0	1	1	0.80	ผ่าน
31 ผู้นำองค์การมีการสร้างทางเลือกใหม่ ๆ มีความคิดนอกกรอบเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและขับเคลื่อนการทำงาน	1	1	1	1	0	0.80	ผ่าน
32 ผู้นำองค์การเปิดโอกาสให้พนักงานมีอิสระด้านความคิดในการวางแผนการทำงานของตนเองอย่างสร้างสรรค์	1	1	1	1	0	0.80	ผ่าน
ความยืดหยุ่น							
33 ผู้นำองค์การกระตุ้นให้พนักงานมีทางเลือกหลากหลายในการพัฒนางานใหม่ ๆ ให้เกิดนวัตกรรมการทำงาน	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน

ข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ						
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	ค่า IOC	การ แปลผล
34 ผู้นำองค์การสร้างทางเลือกเพื่อสนับสนุนกระบวนการวิจัยในการแก้ปัญหาและพัฒนา	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
35 ผู้นำองค์การส่งเสริมพนักงานในการประยุกต์วิธีการปฏิบัติงานให้มีความสอดคล้องกับลักษณะงานและบริบทขององค์การ	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
การทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม บทบาทของสมาชิก							
36 ผู้นำองค์การร่วมกับพนักงานจัดประชุมเพื่อกำหนดจุดมุ่งหมาย บทบาทเพื่อสร้างกิจการในการปฏิบัติงานตามความสามารถและความถนัดของพนักงาน	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
37 ผู้นำองค์การและพนักงานร่วมจัดระบบและขั้นตอนการทำงานของบุคลากรในองค์การเพื่อสนับสนุนต่อการปฏิบัติงานร่วมกัน	1	1	0	1	1	0.80	ผ่าน
38 ผู้นำองค์การมอบหมายขอบเขต อำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบ ได้ชัดเจน มีความสอดคล้องในการปฏิบัติงานร่วมกัน	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
การมีเป้าหมายร่วม							
39 ผู้นำองค์การเปิดโอกาสให้พนักงานมีการสอนงานและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมที่พัฒนาร่วมกัน	1	1	0	1	1	0.80	ผ่าน
40 ผู้นำองค์การเปิดโอกาสให้พนักงานผลัดกันเป็นผู้นำ หรือผู้ตามในการปฏิบัติงานและวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดจากการปฏิบัติงาน	1	1	0	1	1	0.80	ผ่าน
41 ผู้นำองค์การเปิดโอกาสให้พนักงานสะท้อนผลการทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่องและเสนอแนะแนวทางในการทำงานครั้งต่อไป	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน

ข้อความ	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ						
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	ค่า IOC	การ แปลผล
การมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน							
42 ผู้นำองค์การใช้ความสามารถที่หลากหลายของพนักงานประกอบเป็นทีมงานเพื่อปฏิบัติภารกิจโดยไม่ยึดตามสายงานเพียงอย่างเดียว	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
43 ผู้นำองค์การส่งเสริมการปฏิบัติงานร่วมกันของพนักงานให้สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้นวัตกรรมกับองค์กรอื่นในรูปแบบเครือข่ายได้	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
44 ผู้นำองค์การส่งเสริมให้พนักงานมีการถ่ายทอดความรู้และแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกันและกันและเผยแพร่ความรู้แก่สมาชิกอยู่เสมอ	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
45 ผู้นำองค์การมีการนำผลการประเมินการปฏิบัติงานของบุคลากรมาพิจารณาประกอบในการกำหนดภาระงาน	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
มนุษย์สัมพันธ์							
46 ผู้นำองค์การส่งเสริมให้พนักงานมีน้ำใจเอื้อเฟื้อ ช่วยเหลือในการปฏิบัติงานร่วมกัน	1	1	0	1	1	0.80	ผ่าน
47 พนักงานร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงานร่วมกันอย่างมีความสุข	1	1	0	1	0	0.60	ผ่าน
48 ผู้นำองค์การสนับสนุนให้พนักงานมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันในการปฏิบัติงาน	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
49 ผู้นำองค์การและพนักงานเปิดกว้างและรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างได้	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน

ข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ						
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	ค่า IOC	การ แปลผล
ความมีจริยธรรม							
ความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม							
50 ผู้นำองค์การมีความตระหนักในฐานะเป็น ผู้ใช้อำนาจตามกฎหมายและใช้หลัก ธรรมาภิบาลในการจัดสรรทรัพยากรของ องค์การอย่างเที่ยงธรรม	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
51 ผู้นำองค์การมีจิตสำนึกที่ดี ซื่อสัตย์ สุจริต และรับผิดชอบ	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
52 ผู้นำองค์การกล้าเปลี่ยนแปลงโดยคำนึงถึง ความเป็นธรรมและถูกกฎหมาย	1	1	0	0	1	0.60	ผ่าน
พฤติกรรมทางจริยธรรม							
53 ผู้นำองค์การมีจริยธรรมในการพัฒนา นวัตกรรม โดยไม่ลอกผลงานของคนอื่น	1	1	1	1	0	0.80	ผ่าน
54 ผู้นำองค์การมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงานรักษา มาตรฐาน มีคุณภาพ โปร่งใส และ ตรวจสอบได้	1	1	0	1	1	0.80	ผ่าน
55 ผู้นำองค์การยึดถือผลประโยชน์ของ องค์การเหนือกว่าผลประโยชน์ตน และไม่ มีผลประโยชน์ทับซ้อน	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
สภาพแวดล้อมทางจริยธรรม							
56 ผู้นำองค์การจัดองค์การในการบริการด้วย ความรวดเร็วเป็นกัลยาณมิตรและไม่เลือก ปฏิบัติ	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
57 ผู้นำองค์การยึดมั่นในหลักวิชาชีพและ จรรยาบรรณของผู้บริหารองค์การ	1	1	1	1	0	0.80	ผ่าน
บรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม							
การให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์							
58 ผู้นำองค์การส่งเสริมให้พนักงานแสวงหา ความรู้และทักษะใหม่ ๆ จากแหล่งเรียนรู้ ทั้งภายในและภายนอกองค์การ เพื่อนำไป สร้างหรือพัฒนานวัตกรรมเป็นของตนเอง	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน

ข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ						
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	ค่า IOC	การ แปลผล
59 ผู้นำองค์การส่งเสริมให้พนักงานมีการพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ผ่านกระบวนการที่หลากหลาย เพื่อนำไปใช้ในการยกระดับผลสัมฤทธิ์ของงาน	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
60 ผู้นำองค์การสร้างบรรยากาศภายในองค์การที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความเท่าเทียมที่จะได้รับการส่งเสริมสนับสนุนความก้าวหน้าในวิชาชีพ	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้							
61 ผู้นำองค์การส่งเสริมสนับสนุนให้พนักงานเข้าถึงในการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
62 ผู้นำองค์การสร้างบรรยากาศให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ จัดกระบวนการ สถานที่ เวลาให้พนักงานมาร่วมแลกเปลี่ยนความรู้	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
63 ผู้นำองค์การส่งเสริมให้พนักงานมีความสามารถในการเขียน การถ่ายทอดความรู้ การสร้างนวัตกรรมในรูปแบบการวิจัย	1	1	0	1	1	0.80	ผ่าน
การคิดเชิงระบบ							
64 ผู้นำองค์การมองภาพรวมขององค์การในแง่มุมต่าง ๆ รู้ศักยภาพขององค์การได้ชัดเจน	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
65 แผนปฏิบัติการประจำปีขององค์การสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์การ	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
66 ผู้นำองค์การและพนักงานมีความเข้าใจในแผนปฏิบัติการมีการจัดลำดับชั้นในการทำงาน มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและทราบถึงขอบเขตหน้าที่ของตนเองโดยไม่ก้าวล้ำหน้าที่ของคนอื่น	1	1	0	1	1	0.80	ผ่าน

ข้อความ	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ						
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	ค่า IOC	การ แปลผล
การใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้							
67 ผู้นำองค์การจัดสรรงบประมาณ เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้าน ICT ที่เพียงพอ แต่อยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์ความจำเป็น ทันท่วงที และคุ้มค่าต่อการลงทุน	1	1	1	1	1	1.00	ผ่าน
68 ผู้นำองค์การจัดหาหรือพัฒนาระบบจัดการสารสนเทศที่เหมาะสมและสอดคล้องกับลักษณะงานและนโยบายขององค์การภายในกรอบแนวคิดที่ว่า ดูดี ทันท่วงที และง่ายต่อการใช้งาน	1	1	0	1	1	0.80	ผ่าน
69 ผู้นำองค์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีอยู่ในการจัดสภาพแวดล้อมทางการทำงานให้กับพนักงาน	1	1	0	1	1	0.80	ผ่าน
70 ผู้นำองค์การส่งเสริมและเปิดโอกาสให้พนักงานได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงองค์ความรู้	1	1	0	1	1	0.80	ผ่าน
รวมค่าเฉลี่ย IOC ทั้งหมด จำนวน 70 ข้อ เท่ากับ						0.89	ผ่าน

ผลการวิเคราะห์ความตรงตามเนื้อหา โครงสร้าง และหลักวิชาการ เรื่อง ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี รวมค่าเฉลี่ย IOC ทั้งหมด จำนวน 70 ข้อ เท่ากับ 0.89 โดยพิจารณาแต่ละข้อ พบว่า มีค่า IOC มากกว่า 0.5 จำนวน 70 ข้อ

ผลโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ ของแบบสอบถามการวิจัยเรื่อง ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

กำหนดค่าตัวแปร

ตัวแปร	ความหมายของตัวแปร
CA	ความสามารถในการแข่งขัน
CA1	การสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม
CA11	มีการผลิตและการทำตลาดของสินค้าใหม่
CA12	มีการวิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ
CA13	ปริมาณของสินค้าใหม่ที่ออกสู่ตลาด
CA14	สินค้าที่ออกสู่ตลาดมีเทคโนโลยีต่างจากของเดิม
CA2	การสร้างความแตกต่างด้านการตลาด
CA21	มีตราสินค้า/มีเอกลักษณ์ของบริษัท
CA22	มีช่องทางในการกระจายสินค้าที่แน่นอน
CA23	มีความหลากหลายของตัวสินค้า
CA3	การสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ
CA31	มีการเข้มงวดในการควบคุมคุณภาพสินค้า
CA32	มีการทำเลียนแบบของกระบวนการผลิตที่ดีในอุตสาหกรรมอื่น ๆ หรืออุตสาหกรรมใกล้เคียง
CA33	มีการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า
CA34	มีการตอบสนองต่อลูกค้าอย่างรวดเร็ว
CA4	ต้นทุนที่ต่ำ
CA41	มีการปรับปรุงประสิทธิภาพและผลผลิตของพนักงาน
CA42	มีการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการ-ผลิต
CA43	มีการลดค่าใช้จ่ายทุกหน่วยงานในองค์กร
CA44	มีการลดต้นทุนทุก ๆ ขั้นตอนของกระบวนการผลิต
CA45	มีการนำเทคโนโลยีหรืออุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการผลิต
ILV	ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม
ILV1	การสร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง

ตัวแปร	ความหมายของตัวแปร
ILV11	ผู้อำนวยการระบุนโยบายที่สนับสนุนเน้นการสร้างนวัตกรรมเพื่อเคลื่อนไหวกระบวนการทำงานขององค์การ
ILV12	วิสัยทัศน์ขององค์การมีความแปลกใหม่ท้าทาย เป็นไปได้และเหมาะสมในการนำไปเป็นหลักในการพัฒนาองค์การ
ILV13	ผู้อำนวยการและพนักงานร่วมกันทำยุทธศาสตร์เชิงรุก เพื่อนำวิสัยทัศน์สู่การปฏิบัติ
ILV2	การเผยแพร่วิสัยทัศน์
ILV21	ผู้อำนวยการสื่อสารวิสัยทัศน์ที่มุ่งยกระดับคุณภาพการจัดการอย่างเป็นรูปธรรมแก่พนักงานในองค์การ
ILV22	ผู้อำนวยการมีการสื่อสารการดำเนินการตามวิสัยทัศน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานทราบถึงทิศทางและการขับเคลื่อนขององค์การ
ILV23	ผู้อำนวยการร่วมประชุมเพื่อกำหนดค่านิยมร่วมในการเปลี่ยนแปลงร่วมกัน ทั้งองค์การ
ILV3	การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์
ILV31	ผู้อำนวยการและพนักงานแสดงความเชื่อมั่นในวิสัยทัศน์
ILV32	ผู้อำนวยการนำวิสัยทัศน์สู่การปฏิบัติ โดยกำหนดยุทธศาสตร์ในการปฏิบัติงานของพนักงาน
ILV33	ผู้อำนวยการมีการมอบหมายงานและให้อิสระในการตัดสินใจและการแก้ปัญหาในการทำงานของพนักงาน
ILV34	ผู้อำนวยการมีการจัดประชุมปรึกษาหารือเพื่อปรับโครงสร้างองค์การ เพื่อให้สอดคล้องกับภาระที่ต้องปฏิบัติ และเน้นการกระจายอำนาจ
ILV4	การเป็นแบบอย่างที่ดี
ILV41	ผู้อำนวยการและพนักงานร่วมกำหนดเกณฑ์และมาตรฐานการปฏิบัติงานและผู้บริหารเป็นแบบอย่างที่ดีในการปฏิบัติตามเกณฑ์และมาตรฐาน
ILV42	ผู้อำนวยการมีความสามารถในการแก้ปัญหาคความขัดแย้งอย่างสร้างสรรค์และเป็นยุติธรรมสำหรับทุกคน
ILV43	ผู้อำนวยการมีความสามารถในการสร้างพนักงานต้นแบบให้เป็นแบบอย่างให้พนักงานปฏิบัติตาม
ILC	ความคิดสร้างสรรค์
ILC1	จินตนาการ
ILC11	ผู้อำนวยการมีการคิดวิเคราะห์และการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบในการทำงาน

ตัวแปร	ความหมายของตัวแปร
ILC12	ผู้อำนวยการมีการสร้างทางเลือกใหม่ ๆ มีความคิดนอกกรอบเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและขับเคลื่อนการทำงาน
ILC13	ผู้อำนวยการเปิดโอกาสให้พนักงานมีอิสระด้านความคิดในการวางแผนการทำงานของตนเองอย่างสร้างสรรค์
ILC2	ความยืดหยุ่น
ILC21	ผู้อำนวยการกระตุ้นให้พนักงานมีทางเลือกหลากหลายในการพัฒนางานใหม่ ๆ ให้เกิดนวัตกรรมการทำงาน
ILC22	ผู้อำนวยการสร้างทางเลือกเพื่อสนับสนุนกระบวนการวิจัยในการแก้ปัญหาและพัฒนา
ILC23	ผู้อำนวยการส่งเสริมพนักงานในการประยุกต์วิธีการปฏิบัติงานให้มีความสอดคล้องกับลักษณะงานและบริบทขององค์กร
ILT	การทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม
ILT1	บทบาทของสมาชิก
ILT11	ผู้อำนวยการร่วมกับพนักงานจัดประชุมเพื่อกำหนดจุดมุ่งหมาย บทบาทเพื่อสร้างกิจการในการปฏิบัติงานตามความสามารถและความถนัดของพนักงาน
ILT12	ผู้อำนวยการและพนักงานร่วมจัดระบบและขั้นตอนการทำงานของบุคลากรในองค์กรเพื่อสนับสนุนต่อการปฏิบัติงานร่วมกัน
ILT13	ผู้อำนวยการมอบหมายขอบเขต อำนาจ หน้าที่ ความรับผิดชอบ ได้ชัดเจน มีความสอดคล้องในการปฏิบัติงานร่วมกัน
ILT2	การมีเป้าหมายร่วม
ILT21	ผู้อำนวยการเปิดโอกาสให้พนักงานมีการสอนงานและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมที่พัฒนาร่วมกัน
ILT22	ผู้อำนวยการเปิดโอกาสให้พนักงานผลัดกันเป็นผู้นำ หรือผู้ตามในการปฏิบัติงาน และวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดจากการปฏิบัติงาน
ILT23	ผู้อำนวยการเปิดโอกาสให้พนักงานสะท้อนผลการทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่องและเสนอแนะแนวทางในการทำงานครั้งต่อไป
ILT3	การมีทักษะและแบบแผนในการทำงาน
ILT31	ผู้อำนวยการใช้ความสามารถที่หลากหลายของพนักงานประกอบเป็นทีมงานเพื่อปฏิบัติภารกิจโดยไม่ยึดตามสายงานเพียงอย่างเดียว

ตัวแปร	ความหมายของตัวแปร
ILT32	ผู้อำนวยการส่งเสริมการปฏิบัติงานร่วมกันของพนักงานให้สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้นวัตกรรมกับองค์กรอื่นในรูปแบบเครือข่ายได้
ILT33	ผู้อำนวยการส่งเสริมให้พนักงานมีการถ่ายทอดความรู้และแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกันและกันและเผยแพร่ความรู้แก่สมาชิกอยู่เสมอ
ILT34	ผู้อำนวยการมีการนำผลการประเมินการปฏิบัติงานของบุคลากรมาพิจารณาประกอบในการกำหนดภาระงาน
ILT4	มนุษยสัมพันธ์
ILT41	ผู้อำนวยการส่งเสริมให้พนักงานมีน้ำใจเอื้อเฟื้อ ช่วยเหลือในการปฏิบัติงานร่วมกัน
ILT42	พนักงานร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงานร่วมกันอย่างมีความสุข
ILT43	ผู้อำนวยการสนับสนุนให้พนักงานมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันในการปฏิบัติงาน
ILT44	ผู้อำนวยการและพนักงานเปิดกว้างและรับฟังความเห็นที่แตกต่างได้
ILE	ความมีจริยธรรม
ILE1	ความรู้และค่านิยมทางจริยธรรม
ILE11	ผู้อำนวยการมีความตระหนักในฐานะเป็นผู้ใช้อำนาจตามกฎหมายและใช้หลักธรรมาภิบาลในการจัดสรรทรัพยากรขององค์กรอย่างเที่ยงธรรม
ILE12	ผู้อำนวยการมีจิตสำนึกที่ดี ซื่อสัตย์ สุจริต และรับผิดชอบ
ILE13	ผู้อำนวยการกล้าเปลี่ยนแปลงโดยคำนึงถึงความเป็นธรรมและถูกกฎหมาย
ILE2	พฤติกรรมทางจริยธรรม
ILE21	ผู้อำนวยการมีจริยธรรมในการพัฒนานวัตกรรม โดยไม่ลอกผลงานของคนอื่น
ILE22	ผู้อำนวยการมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงานรักษามาตรฐาน มีคุณภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้
ILE23	ผู้อำนวยการยึดถือผลประโยชน์ขององค์กรเหนือกว่าผลประโยชน์ตน และไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อน
ILE3	สภาพแวดล้อมทางจริยธรรม
ILE31	ผู้อำนวยการจัดองค์การในการบริการด้วยความรวดเร็วเป็นกัลยาณมิตรและไม่เลือกปฏิบัติ
ILE32	ผู้อำนวยการยึดมั่นในหลักวิชาชีพและจรรยาบรรณของผู้บริหารองค์การ
ILI	บรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม
ILI1	การให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์

ตัวแปร	ความหมายของตัวแปร
ILI11	ผู้อำนวยการส่งเสริมให้พนักงานแสวงหาความรู้และทักษะใหม่ ๆ จากแหล่งเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อนำไปสร้างหรือพัฒนานวัตกรรมเป็นของตนเอง
ILI12	ผู้อำนวยการส่งเสริมให้พนักงานมีการพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ผ่านกระบวนการที่หลากหลาย เพื่อนำไปใช้ในการยกระดับผลสัมฤทธิ์ของงาน
ILI13	ผู้อำนวยการสร้างบรรยากาศภายในองค์กรที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความเท่าเทียมที่จะได้รับการส่งเสริมสนับสนุนความก้าวหน้าในวิชาชีพ
ILI2	การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้
ILI21	ผู้อำนวยการส่งเสริมสนับสนุนให้พนักงานเข้าถึงในการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้
ILI22	ผู้อำนวยการสร้างบรรยากาศให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ จัดกระบวนการ สถานที่ เวลาให้พนักงานมาร่วมแลกเปลี่ยนความรู้
ILI23	ผู้อำนวยการส่งเสริมให้พนักงานมีความสามารถในการเขียน การถ่ายทอดความรู้ การสร้างนวัตกรรมในรูปแบบการวิจัย
ILI3	การคิดเชิงระบบ
ILI31	ผู้อำนวยการมองภาพรวมขององค์กรในแง่มุมต่าง ๆ รู้ศักยภาพขององค์กรได้ชัดเจน
ILI32	แผนปฏิบัติการประจำปีขององค์กรสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร
ILI33	ผู้อำนวยการและพนักงานมีความเข้าใจในแผนปฏิบัติการมีการจัดลำดับชั้นในการทำงาน มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและทราบถึงขอบเขตหน้าที่ของตนเองโดยไม่ก้าวล้ำหน้าที่ของคนอื่น
ILI34	การใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้
ILI4	ผู้อำนวยการจัดสรรงบประมาณ เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้าน ICT ที่เพียงพอ แต่อยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์ความจำเป็น ทันสมัย และคุ้มค่าต่อการลงทุน
ILI41	ผู้อำนวยการจัดหาหรือพัฒนาระบบจัดการสารสนเทศที่เหมาะสมและสอดคล้องกับลักษณะงานและนโยบายขององค์กรภายในกรอบแนวคิดที่ว่า ดูดี ทันสมัย และง่ายต่อการใช้งาน
ILI42	ผู้อำนวยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีอยู่ในการจัดสภาพแวดล้อมทางการทำงานให้กับพนักงาน

ตัวแปร	ความหมายของตัวแปร
ILI43	ผู้อำนวยการส่งเสริมและเปิดโอกาสให้พนักงานได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงองค์ความรู้

ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability)

แบบสอบถาม

เรื่อง ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่
จังหวัดนนทบุรี

ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ของแบบสอบถาม เรื่อง ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม
ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

ด้าน	N of Items	Cronbach's Alpha
แบบสอบถาม	70	.943
1) ความสามารถในการแข่งขัน	16	.887
2) ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม	13	.756
3) ความคิดสร้างสรรค์	6	.757
4) การทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม	14	.879
5) ความมีจริยธรรม	8	.863
6) บรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม	13	.936

มีค่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับ (Item-Total Correlation) มากกว่า 0.70 และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ทั้งฉบับจำนวน 70 เท่ากับ .943 มากกว่า 0.80 มีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) อยู่ระดับสูงมาก

ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ของแบบสอบถาม เรื่อง ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ทั้งหมด 70 ข้อ

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	70

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y11	235.51	1132.034	.616	.941
Y12	235.54	1142.017	.496	.942
Y13	235.64	1145.025	.439	.942
Y14	235.30	1172.791	.088	.944
Y21	235.74	1162.280	.231	.943
Y22	235.62	1161.770	.228	.943
Y23	235.67	1158.607	.259	.943
Y31	235.54	1132.290	.589	.942
Y32	235.51	1140.725	.533	.942
Y33	235.48	1142.387	.550	.942

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y34	235.55	1134.377	.590	.942
Y41	235.48	1139.584	.511	.942
Y42	235.55	1141.405	.519	.942
Y43	235.52	1137.407	.585	.942
Y44	235.48	1137.672	.550	.942
Y45	235.37	1137.912	.557	.942
ILV11	235.68	1164.267	.211	.943
ILV12	235.57	1169.491	.154	.943
ILV13	235.58	1165.529	.193	.943
ILV21	235.52	1158.098	.325	.943
ILV22	235.53	1147.214	.445	.942
ILV23	235.64	1153.306	.367	.943
ILV31	235.68	1153.537	.329	.943
ILV32	235.42	1149.882	.434	.942
ILV33	235.39	1147.589	.426	.942
ILV34	235.53	1149.961	.409	.942
ILV41	235.55	1149.309	.412	.942
ILV42	235.72	1141.007	.499	.942
ILV43	235.38	1144.373	.491	.942
ILC11	235.43	1162.632	.214	.943
ILC12	235.52	1154.548	.312	.943
ILC13	235.54	1160.972	.270	.943
ILC21	235.33	1173.249	.084	.944
ILC22	235.36	1172.706	.084	.944
ILC23	235.22	1171.859	.103	.944
ILT11	235.49	1142.235	.524	.942
ILT12	235.47	1136.925	.600	.942

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ILT13	235.46	1135.920	.564	.942
ILT21	235.29	1138.672	.559	.942
ILT22	235.42	1137.842	.527	.942
ILT23	235.48	1132.492	.574	.942
ILT31	235.51	1142.685	.476	.942
ILT32	235.58	1140.333	.499	.942
ILT33	235.41	1149.287	.407	.942
ILT34	235.57	1143.860	.430	.942
ILT41	235.49	1142.235	.524	.942
ILT42	235.47	1136.925	.600	.942
ILT43	235.46	1135.920	.564	.942
ILT44	235.29	1138.672	.559	.942
ILE11	235.42	1144.349	.504	.942
ILE12	235.43	1143.082	.536	.942
ILE13	235.48	1134.347	.589	.942
ILE21	235.31	1139.364	.531	.942
ILE22	235.45	1130.891	.605	.941
ILE23	235.41	1141.673	.516	.942
ILE31	235.54	1145.623	.443	.942
ILE32	235.38	1170.405	.115	.944
ILI11	235.35	1148.526	.402	.942
ILI12	235.33	1149.114	.436	.942
ILI13	235.46	1153.230	.378	.943
ILI21	235.38	1149.642	.449	.942
ILI22	235.35	1149.778	.398	.943
ILI23	235.49	1151.070	.399	.942
ILI31	235.36	1150.344	.402	.942
ILI32	235.40	1145.117	.428	.942

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ILI33	235.31	1151.404	.395	.943
ILI34	235.50	1151.263	.390	.943
ILI41	235.54	1142.547	.470	.942
ILI42	235.34	1151.581	.386	.943
ILI43	235.54	1143.197	.442	.942

1) ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ในปีวิจัยความสามารถในการแข่งขัน

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.887	16

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y11	50.33	98.591	.725	.873
Y12	50.35	99.843	.685	.875
Y13	50.46	100.996	.604	.878
Y14	50.12	115.929	-.038	.901
Y21	50.56	110.553	.199	.893
Y22	50.44	108.946	.258	.891
Y23	50.49	109.769	.210	.894
Y31	50.35	98.028	.721	.873
Y32	50.32	100.477	.680	.875

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y33	50.29	100.513	.737	.874
Y34	50.37	97.824	.768	.871
Y41	50.29	100.232	.640	.876
Y42	50.37	101.768	.610	.878
Y43	50.34	101.390	.641	.877
Y44	50.29	101.653	.591	.878
Y45	50.18	99.974	.684	.875

2) ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ในปัจจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	13

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ILV11	40.14	41.047	.407	.738
ILV12	40.04	42.388	.347	.744
ILV13	40.05	41.291	.388	.740
ILV21	39.99	42.606	.321	.747
ILV22	39.99	40.000	.479	.730
ILV23	40.11	39.342	.547	.722
ILV31	40.14	43.414	.189	.763

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ILV32	39.88	42.484	.313	.748
ILV33	39.86	43.112	.227	.757
ILV34	39.99	42.683	.274	.752
ILV41	40.02	39.807	.490	.728
ILV42	40.18	39.224	.500	.727
ILV43	39.84	40.341	.460	.732

3) ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ในปัจจัยความคิดสร้างสรรค์

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.757	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ILC11	17.46	10.763	.150	.779
ILC12	17.55	9.871	.269	.726
ILC13	17.57	9.965	.347	.891
ILC21	17.36	10.013	.308	.807
ILC22	17.39	9.139	.413	.855
ILC23	17.25	9.914	.322	.800

4) ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ในปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.879	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ILT11	44.66	81.351	.615	.868
ILT12	44.64	79.759	.705	.863
ILT13	44.63	78.524	.707	.863
ILT21	44.46	80.313	.652	.866
ILT22	44.58	80.501	.586	.869
ILT23	44.65	79.071	.632	.866
ILT31	44.68	86.148	.315	.882
ILT32	44.75	85.362	.346	.881
ILT33	44.58	87.683	.255	.884
ILT34	44.74	87.077	.245	.886
ILT41	44.66	81.351	.615	.868
ILT42	44.64	79.759	.705	.863
ILT43	44.63	78.524	.707	.863
ILT44	44.46	80.313	.652	.866

5) ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ในปัจจัยความมีจริยธรรม

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ILE11	24.21	30.366	.686	.839
ILE12	24.22	29.739	.772	.830
ILE13	24.26	27.978	.833	.820
ILE21	24.10	30.243	.631	.844
ILE22	24.24	27.653	.816	.821
ILE23	24.20	29.510	.728	.833
ILE31	24.33	29.733	.674	.839
ILE32	24.17	39.474	-.109	.920

6) ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ในปัจจัยบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.936	13

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ILI11	41.65	91.948	.848	.926
ILI12	41.63	95.142	.767	.929
ILI13	41.76	94.882	.786	.929
ILI21	41.68	99.963	.539	.936
ILI22	41.64	96.294	.653	.933
ILI23	41.78	99.809	.508	.937

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ILI31	41.66	96.982	.639	.933
ILI32	41.70	92.139	.800	.928
ILI33	41.61	97.283	.639	.933
ILI34	41.80	94.819	.753	.930
ILI41	41.83	93.731	.738	.930
ILI42	41.63	96.394	.673	.932
ILI43	41.84	91.894	.791	.928

1. การวิเคราะห์ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ
สตาร์ทอัพในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

1.1) การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสถิติเชิงพรรณนา (Quantitative Statistic Descriptive Analysis) โดยใช้สถิติ ดังนี้

เพศ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ชาย	143	57.2	57.2	57.2
หญิง	107	42.8	42.8	100.0
Total	250	100.0	100.0	

อายุ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ต่ำกว่า 30 ปี	40	16.0	16.0	16.0
31-40 ปี	105	42.0	42.0	58.0
41-50 ปี	67	26.8	26.8	84.8
มากกว่า 50 ปี	38	15.2	15.2	100.0
Total	250	100.0	100.0	

ระดับการศึกษา

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ต่ำกว่าปริญญาตรี	36	14.4	14.4	14.4
ปริญญาตรี	105	42.0	42.0	56.4
ปริญญาโท	109	43.6	43.6	100.0
Total	250	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y	250	1	5	3.34	.652
Y1	250	1	5	3.39	.271
Y2	250	1	5	3.21	.442
Y3	250	1	5	3.37	.452
Y4	250	1	5	3.41	.372
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1	250	1	5	3.39	.271
Y11	250	1	5	3.38	.335
Y12	250	1	5	3.35	.307
Y13	250	1	5	3.24	.344
Y14	250	1	5	3.58	.469
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y2	250	1	5	3.21	.442
Y21	250	1	5	3.14	.477
Y22	250	1	5	3.26	.317
Y23	250	1	5	3.22	.359
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y3	250	1	5	3.37	.452
Y31	250	1	5	3.35	.377
Y32	250	1	5	3.38	.470
Y33	250	1	5	3.41	.495
Y34	250	1	5	3.34	.326
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y4	250	1	5	3.41	.372
Y41	250	1	5	3.41	.345
Y42	250	1	5	3.34	.479
Y43	250	1	5	3.36	.460
Y44	250	1	5	3.41	.317
Y45	250	1	5	3.52	.498
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ILV	250	2	5	3.33	.543
ILV1	250	1	5	3.28	.343
ILV2	250	1	5	3.32	.293
ILV3	250	1	5	3.39	.367
ILV4	250	1	5	3.34	.405
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ILV1	250	1	5	3.28	.343
ILV11	250	1	5	3.21	.444
ILV12	250	1	5	3.32	.449
ILV13	250	1	5	3.30	.443
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ILV2	250	1	5	3.32	.293
ILV21	250	1	5	3.36	.465
ILV22	250	1	5	3.36	.463
ILV23	250	1	5	3.24	.442
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ILV3	250	1	5	3.39	.367
ILV31	250	1	5	3.21	.344
ILV32	250	1	5	3.47	.403
ILV33	250	1	5	3.50	.495
ILV34	250	1	5	3.36	.456
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ILV4	250	1	5	3.34	.405
ILV41	250	1	5	3.34	.471
ILV42	250	1	5	3.17	.329
ILV43	250	1	5	3.51	.450
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ILC	250	1	5	3.49	.604
ILC1	250	1	5	3.39	.383
ILC2	250	1	5	3.58	.425
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ILC1	250	1	5	3.39	.383
ILC11	250	1	5	3.46	.330
ILC12	250	1	5	3.36	.354
ILC13	250	1	5	3.34	.499
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ILC2	250	1	5	3.58	.425
ILC21	250	1	5	3.56	.448
ILC22	250	1	5	3.52	.313
ILC23	250	1	5	3.67	.452
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ILT	250	2	5	3.44	.207
ILT1	250	1	5	3.42	.406
ILT2	250	1	5	3.49	.466
ILT3	250	1	5	3.37	.489
ILT4	250	1	5	3.46	.359
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ILT1	250	1	5	3.42	.406
ILT11	250	1	5	3.40	.445
ILT12	250	1	5	3.42	.447
ILT13	250	1	5	3.43	.336
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ILT2	250	1	5	3.49	.466
ILT21	250	1	5	3.60	.475
ILT22	250	1	5	3.47	.359
ILT23	250	1	5	3.40	.303
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ILT3	250	1	5	3.37	.489
ILT31	250	1	5	3.38	.332
ILT32	250	1	5	3.31	.350
ILT33	250	1	5	3.48	.484
ILT34	250	1	5	3.32	.306
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ILT4	250	1	5	3.46	.359
ILT41	250	1	5	3.40	.445
ILT42	250	1	5	3.42	.447
ILT43	250	1	5	3.43	.336
ILT44	250	1	5	3.60	.475
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ILE	250	2	5	3.46	.250
ILE1	250	1	5	3.45	.446
ILE2	250	1	5	3.50	.470
ILE3	250	2	5	3.43	.233
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ILE1	250	1	5	3.45	.446
ILE11	250	1	5	3.47	.426
ILE12	250	1	5	3.46	.402
ILE13	250	1	5	3.41	.328
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ILE2	250	1	5	3.50	.470
ILE21	250	1	5	3.58	.310
ILE22	250	1	5	3.44	.381
ILE23	250	1	5	3.48	.476
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ILE3	250	2	5	3.43	.233
ILE31	250	1	5	3.34	.317
ILE32	250	1	5	3.51	.309
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ILI	250	1	5	3.47	.312
ILI1	250	1	5	3.51	.478
ILI2	250	1	5	3.48	.370
ILI3	250	1	5	3.49	.437
ILI4	250	1	5	3.42	.427
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ILI1	250	1	5	3.51	.478
ILI11	250	1	5	3.54	.323
ILI12	250	1	5	3.56	.421
ILI13	250	1	5	3.42	.416
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ILI2	250	1	5	3.48	.370
ILI21	250	1	5	3.51	.479
ILI22	250	1	5	3.54	.490
ILI23	250	1	5	3.40	.441
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ILI3	250	1	5	3.49	.437
ILI31	250	1	5	3.53	.461
ILI32	250	1	5	3.48	.369
ILI33	250	1	5	3.58	.439
Valid N (listwise)	250				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ILI4	250	1	5	3.42	.427
ILI41	250	1	5	3.35	.350
ILI42	250	1	5	3.55	.456
ILI43	250	1	5	3.34	.396
ILI44	250	1	5	3.38	.459
Valid N (listwise)	250				

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสถิติเชิงอนุมาน (Quantitative Statistic Inferential analysis)

1) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis)

(1) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของตัวแปรปัจจัย
ความสามารถในการแข่งขัน

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
CA1 <--- CA	-1.121	.240	-4.672	***	par_2
CA2 <--- CA	1.136	.211	5.393	***	par_3
CA3 <--- CA	1.904	.311	6.114	***	par_4
CA4 <--- CA	1.668	.288	5.793	***	par_5

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	9	.276	1	.599	.276
Saturated model	10	.000	0		
Independence model	4	138.899	6	.000	23.150

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.000	.000	.322	.619
Independence model	.710	.610	.814	.000

(2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของตัวแปรปัจจัย
ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
ILV1 <--- ILV	.686	.216	3.168	.002	par_2
ILV2 <--- ILV	.731	.217	3.372	***	par_3
ILV3 <--- ILV	1.055	.228	4.635	***	par_4
ILV4 <--- ILV	1.076	.232	4.630	***	par_5

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	8	3.836	2	.147	1.918
Saturated model	10	.000	0		
Independence model	4	56.431	6	.000	9.405

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.037	.962	.812	.192
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.241	.579	.298	.347

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.037	.000	.363	.178
Independence model	.437	.337	.545	.000

(3) การวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันโนเดลการวัดตัวแปรแฝงของตัวแปรปัจจัย
ความคิดสร้างสรรค์

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
ILT1 <--- ILT	1.333	.233	5.713	***	par_2
ILT2 <--- ILT	1.171	.217	5.400	***	par_3
ILT3 <--- ILT	1.371	.235	5.836	***	par_4
ILT4 <--- ILT	1.238	.225	5.492	***	par_5

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	6	9.833	4	.043	2.458
Saturated model	10	.000	0		
Independence model	4	89.233	6	.000	14.872

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.039	.902	.756	.361
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.264	.480	.133	.288

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.039	.029	.330	.064
Independence model	.561	.462	.667	.000

(4) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดตัวแปรแฝงของตัวแปรปัจจัยการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
ILC1 <--- CAh	1.154	.253	4.561	***	par_2
ILC2 <--- CAh	1.868	.351	5.322	***	par_3

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	4	3.324	2	.567	.662
Saturated model	6	.000	0		
Independence model	3	40.83	3	0	13.61

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.019	.991	.942	.327
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.819	.617	.235	.309

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.019	.000	.282	.124
Independence model	.657	.558	.763	.000

(5) การวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันโนเดลการวัดตัวแปรแฝงของตัวแปรปัจจัย
ความมีจริยธรรม

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
ILE1 <--- ILE	1.954	.313	6.237	***	par_2
ILE2 <--- ILE	1.543	.275	5.606	***	par_3
ILE3 <--- ILE	1.720	.294	5.850	***	par_4

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	5	1.953	1	.162	1.953
Saturated model	6	.000	0		
Independence model	3	83.648	3	.000	27.883

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.018	.972	.831	.162
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.387	.468	-.063	.234

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.018	.000	.459	.185
Independence model	.782	.642	.930	.000

(6) การวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันโนเดลการวัดตัวแปรแฝงของตัวแปรปัจจัย
บรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
ILI1 <--- ILI	1.317	.235	5.598	***	par_2
ILI2 <--- ILI	1.663	.270	6.154	***	par_3
ILI3 <--- ILI	1.734	.281	6.178	***	par_4
ILI4 <--- ILI	1.522	.260	5.853	***	par_5

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	6	.332	4	.988	.083
Saturated model	10	.000	0		
Independence model	4	133.734	6	.000	22.289

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.000	.996	.990	.398
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.334	.384	-.026	.231

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.004	.000	.000	.990
Independence model	.696	.596	.800	.000

2) รูปแบบโมเดลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบเต็ม รูป (over identified model)

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
ILV <--- ILI	.081	.096	11.841	***	par_24
ILV <--- ILE	-.061	.100	-11.615	***	par_25
ILV <--- ILT	.120	.107	11.116	***	par_26
ILV <--- ILC	1.070	.082	12.528	.126	par_27
CA <--- ILV	.095	.062	1.528	***	par_23
ILV2 <--- ILV	.549	.054	10.177	***	par_2
ILV1 <--- ILV	.444	.052	8.556	***	par_3
ILE1 <--- ILE	1.081	.087	12.468	***	par_4
ILE2 <--- ILE	1.148	.088	12.980	***	par_5
ILE3 <--- ILE	1.128	.088	12.828	***	par_6
ILV3 <--- ILV	.787	.060	13.161	***	par_7
ILV4 <--- ILV	.746	.059	12.716	***	par_8
ILT3 <--- ILT	.733	.083	8.861	***	par_9
ILT4 <--- ILT	.998	.088	11.368	***	par_10
ILT2 <--- ILT	.812	.084	9.653	***	par_11
ILT1 <--- ILT	.009	.076	.114	.909	par_12
ILC2 <--- ILC	1.205	.091	13.197	***	par_13
ILC1 <--- ILC	.913	.084	10.865	***	par_14
CA2 <--- CA	.980	.090	10.916	***	par_15
CA1 <--- CA	.142	.081	1.757	.079	par_16
CA3 <--- CA	.181	.081	2.245	.025	par_17
CA4 <--- CA	.704	.085	8.245	***	par_18
ILI2 <--- ILI	1.257	.090	13.988	***	par_19
ILI1 <--- ILI	1.240	.089	13.881	***	par_20

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
ILI3 <--- ILI	1.095	.085	12.848	***	par_21
ILI4 <--- ILI	1.220	.089	13.742	***	par_22

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	26	2669.840	205	.000	13.024
Saturated model	231	.000	0		
Independence model	21	4137.016	210	.000	19.700

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.223	.537	.478	.476
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.285	.309	.240	.281

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.220	.212	.227	.000
Independence model	.274	.267	.281	.000

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
ILV <--- ILI	.012	.146	.080	***	par_20
ILV <--- ILE	.060	.120	.501	***	par_21
ILV <--- ILT	-.025	.121	-.208	***	par_22
CA <--- ILV	.172	.088	1.965	***	par_19
ILV2 <--- ILV	1.062	.102	10.376	***	par_2
ILV1 <--- ILV	1.073	.103	10.368	***	par_3
ILE1 <--- ILE	1.267	.100	12.692	***	par_4
ILE2 <--- ILE	1.188	.101	11.802	***	par_5
ILE3 <--- ILE	1.281	.100	12.866	***	par_6
ILV3 <--- ILV	1.441	.110	13.059	***	par_7
ILV4 <--- ILV	1.317	.107	12.281	***	par_8
ILT3 <--- ILT	.875	.086	10.142	***	par_9
ILT4 <--- ILT	1.125	.097	11.581	***	par_10
ILT2 <--- ILT	.891	.092	9.662	***	par_11
CA2 <--- CA	1.240	.106	11.680	***	par_12
CA3 <--- CA	.728	.102	7.126	***	par_13
CA4 <--- CA	1.100	.107	10.290	***	par_14
ILI2 <--- ILI	1.414	.102	13.840	***	par_15
ILI1 <--- ILI	1.306	.100	13.114	***	par_16
ILI3 <--- ILI	1.186	.096	12.342	***	par_17
ILI4 <--- ILI	1.297	.096	13.539	***	par_18

Total Effects (Group number 1 - Default model)

	ILI	ILT	ILE	ILV	CA
ILV	.012	-.025	.060	.000	.000
CA	.002	-.004	.010	.172	.000
ILI4	1.297	.000	.000	.000	.000

	ILI	ILT	ILE	ILV	CA
ILI3	1.186	.000	.000	.000	.000
ILI1	1.306	.000	.000	.000	.000
ILI2	1.414	.000	.000	.000	.000
CA4	.002	-.005	.011	.190	1.100
CA3	.001	-.003	.008	.126	.728
CA2	.002	-.005	.013	.214	1.240
ILT2	.000	.891	.000	.000	.000
ILT4	.000	1.125	.000	.000	.000
ILT3	.000	.875	.000	.000	.000
ILV4	.015	-.033	.079	1.317	.000
ILV3	.017	-.036	.086	1.441	.000
ILE3	.000	.000	1.281	.000	.000
ILE2	.000	.000	1.188	.000	.000
ILE1	.000	.000	1.267	.000	.000
ILV1	.012	-.027	.064	1.073	.000
ILV2	.012	-.027	.064	1.062	.000

Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	ILI	ILT	ILE	ILV	CA
ILV	.012	-.025	.060	.000	.000
CA	.000	.000	.000	.172	.000
ILI4	1.297	.000	.000	.000	.000
ILI3	1.186	.000	.000	.000	.000
ILI1	1.306	.000	.000	.000	.000
ILI2	1.414	.000	.000	.000	.000
CA4	.000	.000	.000	.000	1.100
CA3	.000	.000	.000	.000	.728
CA2	.000	.000	.000	.000	1.240

	ILI	ILT	ILE	ILV	CA
ILT2	.000	.891	.000	.000	.000
ILT4	.000	1.125	.000	.000	.000
ILT3	.000	.875	.000	.000	.000
ILV4	.000	.000	.000	1.317	.000
ILV3	.000	.000	.000	1.441	.000
ILE3	.000	.000	1.281	.000	.000
ILE2	.000	.000	1.188	.000	.000
ILE1	.000	.000	1.267	.000	.000
ILV1	.000	.000	.000	1.073	.000
ILV2	.000	.000	.000	1.062	.000

Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	ILI	ILT	ILE	ILV	CA
ILV	.000	.000	.000	.000	.000
CA	.002	-.004	.010	.000	.000
ILI4	.000	.000	.000	.000	.000
ILI3	.000	.000	.000	.000	.000
ILI1	.000	.000	.000	.000	.000
ILI2	.000	.000	.000	.000	.000
CA4	.002	-.005	.011	.190	.000
CA3	.001	-.003	.008	.126	.000
CA2	.002	-.005	.013	.214	.000
ILT2	.000	.000	.000	.000	.000
ILT4	.000	.000	.000	.000	.000
ILT3	.000	.000	.000	.000	.000
ILV4	.015	-.033	.079	.000	.000
ILV3	.017	-.036	.086	.000	.000
ILE3	.000	.000	.000	.000	.000

	ILI	ILT	ILE	ILV	CA
ILE2	.000	.000	.000	.000	.000
ILE1	.000	.000	.000	.000	.000
ILV1	.012	-.027	.064	.000	.000
ILV2	.012	-.027	.064	.000	.000

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	101	69.249	52	.055	1.332
Saturated model	153	.000	0		
Independence model	17	3069.989	136	.000	22.573

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.030	.969	.910	.329
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.297	.326	.242	.290

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.036	.000	.058	.840
Independence model	.294	.285	.303	.000

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	ผศ.ดร.เพียงเดือน เกิดอำแพง
วัน เดือน ปีเกิด	16 กันยายน 2521
ประวัติการศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต (การโรงแรมและการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยสยาม พ.ศ.2542 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ.2549 บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต (การจัดการ) มหาวิทยาลัยชินวัตร พ.ศ.2563
ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน	ผู้อำนวยการมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์วิทยาเขตหนองบัวลำภู และ หัวหน้าสาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ.2543 – 2545 ตำแหน่ง พนักงานต้อนรับ แผนกจัดเลี้ยง โรงแรมอิมพีเรียลควีนส์ปาร์ค กรุงเทพมหานคร พ.ศ.2550 – ปัจจุบัน ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาวิชา การจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ พ.ศ.2556 – 2557 ตำแหน่ง หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ พ.ศ.2560 – 2562 ตำแหน่ง หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ พ.ศ.2563 – ปัจจุบัน ตำแหน่ง หัวหน้าสาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ชื่อผลงานทางวิชาการที่ตีพิมพ์เผยแพร่	เพียงเดือน เกิดอำแพง และณัฐวุฒิ วิเศษ. (2561). การพัฒนาทุน มนุษย์ด้านการศึกษาของอาจารย์ที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ในการ บริหารงานของมหาวิทยาลัยเอกชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 (มีนาคม – เมษายน 2565) (ฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 2 เกณฑ์มาตรฐาน ผลงาน 0.60