



รายงานวิจัย

เรื่อง

การสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับการเชื่อมโยงพฤติกรรม
การปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า
และอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

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

โดย

อาภรณ์ อินฟ้าแสง

การวิจัยครั้งนี้ได้รับเงินทุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ปีการศึกษา 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ชื่องานวิจัย: การสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับการเชื่อมโยงพฤติกรรม
การปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า
และอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ชื่อผู้วิจัย: อภรณ์ อินฟ้าแสง

ปีที่ทำการวิจัยแล้วเสร็จ: 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างคือพนักงานในฝ่ายวิจัยและพัฒนา จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยการสนับสนุนด้านทรัพยากร มากที่สุด รองลงมาคือ การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน และปรัชญาองค์กร น้อยที่สุด 2) ระดับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยการสนับสนุนความคิดมากที่สุด รองลงมาคือ การทำความคิดให้เป็นจริง และการสร้างความคติน้อยที่สุด และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยในภาพรวมมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม พฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

Research Title: Creating Innovation Climate and Linking Innovative Work Behavior of the Electrical and Electronics Industry in Thailand

Researcher: Arpornranee Infahsaeng

Year: 2024

Abstract

This research aimed to 1) study the level of creating innovation climate of employees in the electrical and electronic industry in Thailand, 2) study the level of innovative work behaviors of employees in the electrical and electronic industry in Thailand, and 3) study the relationship between innovation climate and innovative work behaviors of employees in the electrical and electronic industry in Thailand. The sample consisted of 385 employees in the research and development department. The research instrument was a questionnaire. Data were analyzed using statistics, frequency, percentage, mean, standard deviation and Pearson's product momentum.

The results showed that 1) the level of innovation climate of employees in the electrical and electronic industry in Thailand as a whole was at a high level on average, with the greatest support number of resources, followed by the support from colleagues and the least amount of support from organizational philosophy. 2) The level of innovative work behaviors of employees in the electrical and electronics industry in Thailand as a whole was at a high level, with the most support going to ideas, the second highest support for converting ideas into reality and the lowest for generating ideas. 3) The relationship between innovation climate and innovative work behaviors of employees in the electrical and electronic industry in Thailand as a whole was at a high level, with a statistical significance level of 0.01.

Keywords: Innovation Climate, Innovative Work Behavior, Electrical and Electronics Industry

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เรวดี ศักดิ์ดุยธรรม ที่ปรึกษาวิจัยเล่มนี้ ที่ให้ความกรุณาและเมตตา ช่วยควบคุมการวิจัยช่วยวางแนวทางให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนตรวจและแก้ไขวิจัยเล่มนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คณะกรรมการตรวจวิจัยที่กรุณาตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องฉบับนี้ ให้มีความเรียบร้อยสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอกราบขอบพระคุณ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีที่สนับสนุนให้ทุนการทำวิจัยฉบับนี้

ขอกราบระลึกถึงและขอบพระคุณบิดาและมารดา ที่ท่านคอยให้กำลังใจและให้การช่วยเหลือในการทำวิจัยมาโดยตลอด และอบรมสั่งสอนให้ผู้วิจัยระลึกถึงการนำเอาความรู้ที่ร่ำเรียนมาทำประโยชน์ตอบแทนให้แก่แผ่นดิน คุณค่า และประโยชน์ของงานวิจัยนี้ ขอมอบแต่บิดา มารดา และคณาจารย์ทุกท่านที่ได้เคยประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัย

อาภรณ์ อินฟ้าแสง

สิงหาคม 2567

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย	4
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.4 สมมติฐานการวิจัย	4
1.5 ขอบเขตการวิจัย	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
1.7 ประโยชน์ของงานวิจัย.....	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม.....	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม	12
2.3 ธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์.....	15
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	22
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	23
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	23
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	25
3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	26
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	29
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	30
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
4.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
4.2 วิเคราะห์ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมอุตสาหกรรม เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย	33
4.3 วิเคราะห์ระดับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและ อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย.....	37
4.4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับ พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในประเทศไทย.....	40
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	44
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	44
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	46
5.3 ข้อเสนอแนะ	49
5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้.....	49
5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	50
บรรณานุกรม.....	51
ภาคผนวก	57
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	58
ภาคผนวก ข การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	64
ประวัติผู้วิจัย	69

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	องค์ประกอบของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร..... 10
3.1	จำนวนและกลุ่มตัวอย่างของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในประเทศไทยแบ่งตามภูมิภาค..... 24
3.2	ค่าดัชนีความสอดคล้องโดยเฉลี่ยของแบบสอบถาม 27
3.3	ค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามกับกลุ่มทดลองที่คล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ในการวิจัย..... 29
4.1	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 32
4.2	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ในภาพรวม..... 33
4.3	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านปรัชญาองค์กร..... 34
4.4	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา 34
4.5	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน..... 35
4.6	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการสนับสนุนด้านทรัพยากร 36
4.7	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน..... 36

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ระดับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยในภาพรวม	37
4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ระดับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการสร้างความคิด	38
4.10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ระดับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการสนับสนุนความคิด	38
4.11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ระดับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการทำความเข้าใจเป็นจริง	39
4.12 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยในภาพรวม	40
4.13 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการสร้างความคิด	41
4.14 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการสนับสนุนความคิด	42
4.15 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการทำความเข้าใจเป็นจริง	43

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 สัตว์ส่วนมูลค่าการส่งออกไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ มกราคม - มิถุนายน พ.ศ.2566.....	18
2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	22

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นวัตกรรมกลายเป็นประเด็นที่ทุกองค์กรให้ความสำคัญเมื่อธุรกิจมีการแข่งขันสูงขึ้น (Özarall, 2015) จากการวิจัยที่ผ่านมาพบว่าคุณคณากรมีส่วนในการสร้างนวัตกรรมของทีมงานโดยรวม และพฤติกรรมที่สร้างสรรค์ของพนักงานนั้นเป็นแหล่งสำคัญของนวัตกรรมภายในองค์กร (Fan et al., 2016) จากการวิจัยก่อนหน้านี้ พฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพงานของพนักงาน (Berisha B., Ramadani V., Gërguri-Rashiti S. & Palalić R, 2020) ประสิทธิภาพขององค์กร (Yuan & Woodman, 2010) และความสำเร็จขององค์กร (Tewari, 2011) ดังนั้น นักวิชาการจึงตระหนักถึงความสำคัญของพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของแต่ละบุคคลมากขึ้น และพยายามทำการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมดังกล่าว

ด้วยความสำคัญของพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม นักวิชาการจึงพยายามศึกษาตัวแปรที่สามารถทำนายพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานได้ จากการวิจัยที่ผ่านมาพบว่า บรรยากาศขององค์การส่งผลต่อพฤติกรรมของพนักงาน นอกเหนือไปจากการได้รับผลกระทบจากทางจิตวิทยาส่วนบุคคล (Hammond et al., 2011) นอกจากนี้ยังพบว่า ความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานไม่ได้เปลี่ยนไปสู่พฤติกรรมสร้างสรรค์ของพนักงานโดยตรง การสนับสนุนและให้กำลังใจจากองค์กรก็มีความสำคัญเช่นกัน และยังคงพบว่าบรรยากาศส่งเสริมนวัตกรรมขององค์กรเป็นหนึ่งในตัวแปรสำคัญที่ทำนายพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม และบรรยากาศส่งเสริมนวัตกรรมขององค์กรในระดับที่แตกต่างกันจะนำไปสู่ขอบเขตของพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมที่แตกต่างกัน (Yu et al., 2013)

ทั้งนี้นวัตกรรมในองค์การจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมในการสร้างนวัตกรรมของพนักงานจากหลายภาคส่วน พฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานจึงเป็นสิ่งที่องค์การต้องการ ซึ่ง หมายถึง การที่พนักงานมุ่งสร้างสรรค์ แนะนำ หรือประยุกต์ใช้แนวทางใหม่ ๆ ในการสร้างผลิตภัณฑ์ พัฒนาระบบงาน หรือใช้เทคโนโลยีในการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานของตนเอง ทีมงาน และความสำเร็จขององค์การ (De Jong & Den Hartog, 2008; Janssen, 2000) เมื่อพนักงานมีพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมที่เพิ่มขึ้นจะทำให้ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Nasir et al., 2019) และผลการปฏิบัติงานโดยรวมขององค์การเพิ่มสูงขึ้นด้วย (Shanker, Bhanugopan, Van der Heijden, & Farrell, 2017)

ทั้งนี้พฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมถือเป็นผลจากแรงจูงใจของพนักงานซึ่งเกิดจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กร (Akram, Lei, Haider, & Hussain, 2018) หนึ่งในสภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่ส่งผลเชิงบวกกับพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน ได้แก่ บรรยากาศส่งเสริมนวัตกรรม (Innovative Climate) (Liu, Chow, Zhang, & Huang, 2019) ซึ่งหมายถึง การรับรู้ของพนักงานในองค์กรเกี่ยวกับนโยบาย กระบวนการทำงาน การบริหารงานและการจัดสรรทรัพยากรที่สนับสนุน และยอมรับการสร้างแนวคิดใหม่หรือนวัตกรรมภายในองค์กร (Liu et al., 2019) เมื่อพนักงานรับรู้ความคาดหวังขององค์กรว่าองค์กรมีความต้องการให้พนักงานแสดงพฤติกรรมอย่างไร พนักงานจะกำหนดวิธีการปฏิบัติที่จะนำไปสู่การแสดงออกทางพฤติกรรมที่ตรงกับความคาดหวังขององค์กร (Scott & Bruce, 1994; Yuan & Woodman, 2010) ยิ่งไปกว่านั้น พนักงานจะรู้สึกมีคุณค่าและเป็นที่เคารพภายใต้บรรยากาศขององค์กรที่ให้การสนับสนุน พนักงานจะมีแรงจูงใจที่สูงขึ้นในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย (Hsu & Chen, 2017) จึงกล่าวได้ว่าบรรยากาศส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรอาจส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานและนำไปสู่ผลการปฏิบัติงานขององค์กรในที่สุด (Shanker et al., 2017) ดังนั้นความตั้งใจในการสร้างบรรยากาศสนับสนุนนวัตกรรมภายในองค์กรจึงเป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับผู้นำและการบริหารองค์กรเป็นอย่างมาก ซึ่งบรรยากาศในองค์กรที่สนับสนุนนวัตกรรมเป็นสิ่งที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการเปลี่ยนแปลงได้ (Isaksen & Ekvall, 2010) ในเชิงวิชาการจะเห็นว่าการศึกษาคือความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมเป็นประเด็นที่นิยมอย่างมาก (เช่น Chang & Yang, 2012; Huang, 2017; Liu et al., 2019; Ren & Zhang, 2015; Scott & Bruce, 1994; Yuan & Woodman, 2010)

ในบริบทของประเทศไทย การศึกษาคือความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ยังมีค่อนข้างน้อย ดังนั้น การศึกษาคือความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานจะเป็นส่วนสำคัญทำให้ทราบถึงบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมที่สนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมในองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติของพนักงานและสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ ดังนั้น เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมมากขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม โดยพิจารณาจากกลุ่มธุรกิจที่ได้รับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสมัยใหม่ ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ โดยตั้งแต่ปี พ.ศ.2564-2566 อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้ามีแนวโน้มฟื้นตัว

โดยความต้องการในประเทศคาดว่าจะขยายตัวเฉลี่ย 2.0-3.0% จากปัจจัยหนุน ได้แก่ (1) ภาวะเศรษฐกิจและตลาดที่อยู่อาศัยที่จะทยอยฟื้นตัว (2) แนวโน้มมอุมหมุมจะปรับสูงขึ้นต่อเนื่องจากภาวะโลกร้อน หนุนความต้องการใช้เครื่องปรับอากาศ (3) การทำตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้ารุ่นใหม่ที่เน้นความสำคัญด้านสุขภาพมากขึ้น (ระบบฟอกอากาศและกำจัดแบคทีเรีย/ไวรัส เพื่อบรรเทาปัญหาฝุ่น PM2.5 และป้องกันโรคระบาด) และ (4) ผู้ค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าให้ความสำคัญกับการจำหน่ายทางออนไลน์เพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ ด้านการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าคาดว่าจะขยายตัว 3.0-4.0% จากปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ (1) เศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป (2) ความขัดแย้งทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีนน่าจะเอื้อโอกาสให้ไทยสามารถส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าบางประเภท (อาทิ เครื่องปรับอากาศ และตู้เย็น) ไปยังตลาดสหรัฐฯ ได้เพิ่มขึ้น (3) มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดเครื่องซักผ้าของสหรัฐฯ จะสิ้นสุดลงในปีพ.ศ. 2564 ส่งผลให้การส่งออกเครื่องซักผ้าไปยังสหรัฐฯ ฟื้นตัว และ (4) ความต้องการเครื่องใช้ไฟฟ้าในตลาดอาเซียนมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง ตามการขยายตัวของความเป็นเมืองและการเติบโตของกลุ่มชนชั้นกลาง (วิจัยกรุงศรี, 2564)

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความต้องการที่จะศึกษาพฤติกรรมในการสร้างนวัตกรรมของพนักงานนั้นว่าบรรยากาศในการส่งเสริมนวัตกรรมขององค์กรมีส่วนเสริมให้เกิดนวัตกรรมของพนักงานหรือไม่ แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มีการปรับตัวและสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและเพิ่มอำนาจในการแข่งขัน พนักงานของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์จึงถือเป็นแบบอย่างที่จะต้องพัฒนาพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมในการทำงานอยู่เสมอ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาในบริบทของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งคาดว่าจะรายได้ของผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าในปี พ.ศ. 2564-2566 จะทยอยปรับตัวดีขึ้น โดยมูลค่าส่งออกมีแนวโน้มขยายตัวตามทิศทางเศรษฐกิจโลกที่ฟื้นตัว และโอกาสของไทยในตลาดสหรัฐฯ มีมากขึ้นจากนโยบายกีดกันทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน ส่วนตลาดในประเทศคาดว่าจะทยอยปรับดีขึ้นตามการฟื้นตัวของกำลังซื้อผู้บริโภค ขณะที่ผู้จำหน่ายกระตุ้นตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยกลยุทธ์การเปิดตัวสินค้าใหม่ และการขยายตลาดผ่านช่องทางจำหน่ายออนไลน์ (วิจัยกรุงศรี, 2564) แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก เพื่อนำไปสู่การเผยแพร่องค์ความรู้ใหม่ รวมถึงองค์การสามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้ในการบริหารงานด้านทรัพยากรมนุษย์ เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมในการทำงานอันเป็นผลเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กรต่อไป (Shanker et al., 2017)

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 การสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยอยู่ในระดับใด

1.2.2 พฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยอยู่ในระดับใด

1.2.3 การสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยหรือไม่อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

1.3.2 เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

1.3.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

1.4 สมมติฐานการวิจัย

การสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ประกอบด้วย

1.5.1.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม (Innovative Climate) ได้แก่ 1) ปรัชญาองค์กร (Organizational Philosophy) 2) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (Leadership Support) 3) การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน (Team Support) 4) การสนับสนุนด้านทรัพยากร (Resource Support) 5) ความยืดหยุ่นในการทำงาน (Job Flexibility)

1.5.1.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (Innovative Work Behavior) ได้แก่ 1) การสร้างความคิด (Idea Generation) 2) การสนับสนุนความคิด (Idea Promotion) 3) การทำให้ความคิดเป็นจริง (Idea Realization)

1.5.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นพนักงานในฝ่ายวิจัยและพัฒนา ธุรกิจที่ดำเนินงานในกลุ่มของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย โดยมีจำนวน 207 แห่ง (ที่มา: สมาคมอุตสาหกรรมไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคมไทย ข้อมูล ณ 20 กรกฎาคม 2566)

1.5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

เก็บข้อมูลระหว่าง 1 พฤศจิกายน 2566 – 31 ธันวาคม 2566

1.5.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ศึกษาที่ผู้วิจัยใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ ประเทศไทย

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม หมายถึง การรับรู้ของพนักงานในองค์การเกี่ยวกับนโยบาย กระบวนการทำงาน การบริหารงาน และการจัดสรรทรัพยากรที่สนับสนุนและ ยอมรับการสร้างแนวคิดใหม่หรือนวัตกรรมภายในองค์การอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่

1.6.1.1 ปรัชญาองค์การ (Organizational Philosophy) หมายถึง การรับรู้ของพนักงานต่อค่านิยมที่ปลูกฝังให้พนักงานทุกคนยึดถือเป็นหลักในการปฏิบัติงานเพื่อการส่งเสริมผลงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน

1.6.1.2 การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (Leadership Support) หมายถึง การรับรู้ของพนักงานว่าผู้นำของตนเป็นตัวอย่างที่ดีให้อิสระในการทำงาน ตลอดจนมีความตั้งใจให้พนักงานได้เรียนรู้จากความผิดพลาดในการทำงาน

1.6.1.3 การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน (Team Support) หมายถึง การรับรู้ของพนักงานต่อการให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนการทำงานจากเพื่อนร่วมงาน

1.6.1.4 การสนับสนุนด้านทรัพยากร (Resource Support) หมายถึง การที่พนักงานสามารถเข้าถึงทรัพยากรที่องค์การได้จัดสรรไว้ให้ได้อย่างเหมาะสม

1.6.1.5 ความยืดหยุ่นในการทำงาน (Job Flexibility) หมายถึง การที่พนักงานมีความสามารถทำงานให้สำเร็จลุล่วงด้วยวิธีการของตนเองอย่างมีอิสระตามความเหมาะสมกับสถานการณ์

1.6.2 พฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม หมายถึง พฤติกรรมของพนักงานที่มุ่งสร้างสรรค์ แนะนำหรือประยุกต์ใช้แนวทางใหม่ในการสร้างผลิตภัณฑ์พัฒนากระบวนการหรือใช้เทคโนโลยีในการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานของตนเอง ทีมงานและความสำเร็จขององค์กรอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่

1.6.2.1 การสร้างความคิด (Idea Generation) หมายถึง การรับรู้ประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับงานซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการสร้างความคิดแปลกใหม่และมีประโยชน์ต่อกระบวนการทำงานและการออกแบบผลิตภัณฑ์

1.6.2.2 การสนับสนุนความคิด (Idea Promotion) หมายถึง การแสวงหาและชักชวนเพื่อนร่วมงานหรือผู้มีอำนาจในองค์กรเพื่อให้สนับสนุนความคิดใหม่ที่สร้างขึ้น

1.6.2.3 การทำให้ความคิดให้เป็นจริง (Idea Realization) หมายถึง การประยุกต์ใช้ความคิดใหม่ในกระบวนการทำงานและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มงานหรือองค์กรทั้งหมดให้เกิดขึ้นจริง

1.6.3 อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง กิจการที่ทำการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ โดยเป็นการประกอบธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับวงจรไฟฟ้าที่ประกอบด้วยอุปกรณ์ไฟฟ้าที่ เช่น หลอดสูญญากาศ ทรานซิสเตอร์ ตัวนำไฟฟ้า ตัวต้านทานไฟฟ้า ตัวเก็บประจุและคอยล์ การใช้อิเล็กทรอนิกส์ที่ทำหน้าที่เป็นส่วนสำคัญหลักในระบบคอมพิวเตอร์ และนำไปใช้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน ในการส่งพลังงานไฟฟ้าเป็นระยะทางไกล ๆ การผลิตพลังงานทดแทน เป็นต้น

1.7 ประโยชน์ของงานวิจัย

1.7.1 ประโยชน์ต่อภาคอุตสาหกรรม ข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้จะเป็นข้อมูลสะท้อนกลับให้แก่ธุรกิจนำไปประยุกต์ใช้โดยผู้บริหารสามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้ในการบริหารงานด้านทรัพยากรมนุษย์เพื่อเป็นการส่งเสริมให้พนักงานเกิดความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างนวัตกรรมที่สูงขึ้น ซึ่งส่งผลต่อองค์กรธุรกิจที่จะมีความยั่งยืนในระยะยาว

1.7.2 ประโยชน์ต่อภาควิชาการ เพื่อนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปประยุกต์การศึกษาในมิติที่เกี่ยวกับบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม และสามารถนำไปใช้ต่อยอดการศึกษาในการพัฒนาแนวคิด และทฤษฎีดังกล่าวให้มีความเหมาะสม

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับการเชื่อมโยงพฤติกรรม การปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม
- 2.3 อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม

บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การเป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อพนักงานในหลายด้าน ซึ่งรวมไปถึงพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม (Innovative Work Behavior) ของพนักงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 2.1.1 นิยามและองค์ประกอบบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม
- 2.1.1.1 นิยามบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม

Schneider and Reichers (1983) ได้ระบุว่าบรรยากาศภายในองค์การเป็นบริบทที่ค่อนข้างกว้าง การศึกษาบรรยากาศในองค์การโดยไม่ระบุประเด็นในการศึกษาอย่างเฉพาะเจาะจงจึงไม่ก่อให้เกิดประโยชน์มากนัก นักวิจัยที่สนใจศึกษาบรรยากาศภายในองค์การจึงมักจะระบุประเด็นในการศึกษาให้ชัดเจนขึ้น เช่น บรรยากาศการทำงานอย่างมีจริยธรรม (Ethical Work Climate) (Agarwal & Malloy, 1999) หรือบรรยากาศการสื่อสารภายในองค์การ (Communication Climate) (Van Den Hooff & De Ridder, 2004)

ขณะที่ Ekvall an Ryhammar (1999) เสนอว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม หมายถึง สภาพทางจิตวิทยาที่มีอยู่ในองค์กรเกี่ยวกับพฤติกรรม ทักษะ และความรู้สึกที่เป็นปกติในองค์กรนั้น ๆ ซึ่งบรรยากาศมีผลต่อกระบวนการต่าง ๆ ในองค์กร สภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วย

1) การมอบหมายงานที่ท้าทาย (Challenge) การวางคนให้เหมาะสมกับงาน ด้านความสามารถ ความรู้ ทักษะ ความเชี่ยวชาญ เพื่อให้คิงานนั้นได้อย่างสร้างสรรค์เป็นการกระตุ้นแรงจูงใจภายใน

2) ความเป็นอิสระ (Freedom) คือ การให้อิสระในการตัดสินใจในกระบวนการทำงานของตนเอง ไม่ไปควบคุมวิธีการมากเกินไป บุคคลจะมีความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น

3) ความเปิดเผยและไว้วางใจ (Trust/Openness) คือ ความปลอดภัยทางอารมณ์ในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร เมื่อมีระดับความไว้วางใจที่มาก จะทำให้บุคคลกล้าแสดงออกถึงความคิดและความเห็น การริเริ่มสามารถเกิดขึ้นได้โดยไม่มีการกลัว การแก้แค้น หรือการถูกดูถูก เยาะเย้ยในกรณีที่ล้มเหลวมีการสื่อสารแบบตรงไปตรงมา

4) ความคิดใหม่ได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มงาน (Work- Group Support) คือ สมาชิก (หัวหน้า ทีมงาน และองค์กร) ให้การสนับสนุน แสดงความเต็มใจในการช่วยเพื่อนร่วมทีม ในการเผชิญช่วงเวลาการทำงานที่ยากลำบาก และสมาชิกทุกคนควรให้เกียรติและชื่นชมความรู้ความสามารถของสมาชิกผู้อื่นที่เสนอผลงานแก่กลุ่ม

5) การอภิปรายแลกเปลี่ยนข้อมูล (Debate) คือ การเผชิญหน้า แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความรู้ประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ในองค์กรที่มีการโต้แย้งทางความคิด และมีการยอมรับฟังซึ่งกันและกัน คนในองค์กรก็สามารถเสนอ ผสมผสานความคิดเพิ่มเติมเป็นการโต้แย้งที่สร้างสรรค์ มุ่งความคิดที่เป็นประโยชน์

6) เวลาของความคิด (Idea Time) คือ จำนวนเวลาและทรัพยากรที่คนสามารถ ใช้เพื่อจะค้นหาลงไปในการคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ

7) วิสัยทัศน์ร่วมกัน (Shared Vision) คือ การมีจุดมุ่งหวัง ความตั้งใจ ความมุ่งมั่นร่วมกัน

8) การลองเสี่ยง (Risk -Taking) คือ การอดทนต่อความไม่แน่นอน ความคลุมเครือที่มีในที่ทำงานในบรรยากาศที่มีความเสี่ยงสูง กล้าลองเสี่ยงเพื่อให้แนวคิดของตนนั้นเป็นจริง (Ekvall & Ryhammar, 1999; Amabile et al., 1996)

ดังนั้น เมื่อบรรยากาศการทำงานมีสภาพแวดล้อมที่ดี การส่งเสริมและมีการให้รางวัลกับผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ซึ่งสภาพบรรยากาศองค์กรเหล่านี้จะเป็นตัวกระตุ้นทำให้พนักงาน เกิดความรู้สึกล้าที่จะแสดงออกและนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ สุธองค์กร (ปีทมา ศรีธมณี และ วิษณุพงษ์โพธิ์พินธุ์, 2562) ส่วนด้านบรรยากาศในการส่งเสริมนวัตกรรมของทีมงานหรือสมาชิก (Team Climate Inventory) หมายถึง การรับรู้ร่วมกันของสมาชิกในทีมงานที่มีต่อสภาพแวดล้อม การทำงาน

และคุณสมบัติของทีมงานที่สมาชิกได้ดำรงอยู่ว่าเป็นบรรยากาศที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์ นวัตกรรม โดยวัดได้จากองค์ประกอบ 4 ประการ (Anderson & West,1998) ได้แก่

1) การมีวิสัยทัศน์ คือ ความคิดเกี่ยวกับผลลัพธ์หรือเป้าหมายที่มีคุณค่า โดยนำเสนอถึงเป้าหมายในระดับที่สูงขึ้นและเป็นแรงจูงใจในการทำงาน 2) ความปลอดภัยในการมีส่วนร่วม คือ ลักษณะของทีมงานที่จูงใจและสนับสนุน ให้บุคคลได้มีส่วนร่วมกับการตัดสินใจ ซึ่งบุคคลสามารถรับรู้ถึงความปลอดภัยที่จะมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน 3) การมุ่งงาน คือ การตระหนักร่วมกันถึงความเป็นเลิศของคุณภาพของผลการทำงานที่เกี่ยวข้องกับวิสัยทัศน์หรือผลลัพธ์ที่มีร่วมกัน 4) การสนับสนุนนวัตกรรม คือ ความคาดหวังด้านการสนับสนุนในเชิงปฏิบัติที่นำพอใจทำให้สมาชิกในกลุ่มมีความพยายามในการนำเสนอความคิดเห็นหรือวิธีการใหม่ ๆ ให้แก่ทีมงาน

ทั้งนี้ผู้วิจัยสนใจศึกษาบรรยากาศในองค์การโดยมุ่งประเด็นของการส่งเสริม นวัตกรรม (Organizational Innovation Climate) จึงสามารถสรุปได้ว่าบรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมในองค์การ คือการรับรู้ของพนักงานว่าองค์การมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมในการทำงานภายใน องค์การ (Liu et al., 2019) การสนับสนุนให้สมาชิกทำงานอย่างอิสระในการแสวงหาแนวคิดใหม่ ยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคลและจัดสรรทรัพยากร เช่น อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกหรือเวลา ที่เพียงพอต่อการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ (Scott & Bruce, 1994) เมื่อพนักงานรู้สึกได้รับการสนับสนุน มีคุณค่า และเป็นที่เคารพในองค์การ พนักงานจะมีแรงจูงใจที่สูงขึ้นในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อให้ บรรลุเป้าหมาย (Hsu & Chen, 2017) การสร้างบรรยากาศการสนับสนุนนวัตกรรมภายในองค์การ จึงเป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับผู้นำและการบริหารองค์การเป็นอย่างมาก ซึ่งบรรยากาศในองค์การที่สนับสนุน นวัตกรรมเป็นสิ่งที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการเปลี่ยนแปลง โดยมีการแบ่งปันสร้างความคิดและ ข้อเสนอแนะต่อกันในกลุ่มพนักงาน (Isaksen & Ekvall, 2010)

2.1.1.2 องค์ประกอบบรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่ศึกษาบรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมใน องค์การ สามารถสรุปได้ว่า บรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมในองค์การเป็นการรับรู้ของพนักงานใน องค์การ เกี่ยวกับนโยบาย กระบวนการทำงาน การบริหารงานและการจัดสรรทรัพยากรที่สนับสนุนและ ยอมรับการสร้างแนวคิดใหม่หรือนวัตกรรมภายในองค์การ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งองค์ประกอบของ บรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมในองค์การ โดยมีบางองค์ประกอบที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกันตาม การศึกษาดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 องค์ประกอบของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร

แหล่งที่มา	องค์ประกอบ
Scott and Bruce (1994)	1) การสนับสนุนนวัตกรรม (Support for Innovation) ประกอบด้วย การเปิดรับการเปลี่ยนแปลง การสนับสนุนความคิดใหม่ของสมาชิก และการยอมรับความหลากหลายของสมาชิก 2) การจัดสรรทรัพยากร (Resources Supply)
Chou et al. (2010)	1) อิสระในงาน (Job Autonomy) 2) ผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership) 3) การสนับสนุนด้านทรัพยากร (Resource Support) 4) วัฒนธรรมเชิงนวัตกรรม (Innovative Culture) 5) ความสามัคคีในกลุ่มงาน (Group Cohesion)
Hsu and Fan (2010)	1) การสนับสนุนจากองค์กร (Organizational Encouragement) 2) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (Supervisory Encouragement) 3) การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน (Workgroup Support) 4) อิสระในการทำงาน (Freedom) 5) ทรัพยากรที่เพียงพอ (Sufficient Resources) 6) งานที่มีความท้าทาย (Challenging Work) 7) อุปสรรคในองค์กร (Organizational Impediments)
Chang and Yang (2012)	1) การสนับสนุนจากองค์กร (Organizational Support) 2) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (Supervisor Encouragement) 3) ทรัพยากรที่เพียงพอ (Rich Resources)
Ren and Zhang (2015)	1) ความร่วมมือในทีม (Team Collaboration) 2) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (Superior Support) 3) ทรัพยากรที่เพียงพอ (Sufficient Resources) 4) การสนับสนุนจากองค์กร (Organizational Encouragement) 5) อิสระในงาน (Autonomous Work)

ตารางที่ 2.1 องค์ประกอบของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร (ต่อ)

แหล่งที่มา	องค์ประกอบ
Hsu and Chen (2017)	<ol style="list-style-type: none"> 1) การสนับสนุนจากองค์กร (Organizational Encouragement) 2) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (Supervisory Encouragement) 3) การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน (Workgroup Support) 4) อิสระในงาน (Freedom) 5) ทรัพยากรที่เพียงพอ (Sufficient Resources) 6) ลักษณะงานที่ท้าทาย (Challenging Work) 7) อุปสรรคในองค์กร (Organizational Impediments) 8) การเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Development) 9) พื้นที่หรือโอกาสในการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Space)
Ibrahim et al. (2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1) การสนับสนุนนวัตกรรม (Support for Innovation) 2) วัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture) ซึ่งแบ่งเป็น 2 มิติย่อย ได้แก่ วัฒนธรรมที่มุ่งเน้นการแข่งขัน (Competitiveness) และวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นผลการปฏิบัติงาน (Performance Orientation)
Y. Luo et al. (2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1) การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน (Team Support) 2) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (Leadership Support) 3) ปรัชญาองค์กร (Organizational Philosophy) 4) การสนับสนุนด้านทรัพยากร (Resource Support) 5) ความยืดหยุ่นในการทำงาน (Job Flexibility)
Liu et al. (2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1) การจากเพื่อนร่วมงาน (Coworker Support) 2) การจากผู้บังคับบัญชา (Supervisory Support) 3) การสนับสนุนจากองค์กร (Organizational Support)

จากการแบ่งองค์ประกอบข้างต้น สามารถสรุปองค์ประกอบของบรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมในองค์กรเป็น 5 ด้าน ได้แก่ การสนับสนุนจากองค์กร การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน การสนับสนุนด้านทรัพยากร และลักษณะงานที่สนับสนุนการสร้าง นวัตกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่ศึกษาบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม ผู้วิจัยเลือกศึกษา 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ปรัชญาองค์การ (Organizational Philosophy) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (Leadership Support) การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน (Team Support) การสนับสนุนด้านทรัพยากร (Resource Support) ความยืดหยุ่นในการทำงาน (Job Flexibility) จากงานวิจัยของ Ren and Zhang (2015) และ Y. Luo et al. (2018) ซึ่งถือว่าครอบคลุมบรรยากาศในองค์การทุกด้านทั้งด้านเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา องค์การ ทรัพยากร ภายในองค์การ และลักษณะงานที่ทำ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

พฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานมีความสำคัญต่อผลการปฏิบัติงานทั้ง ระดับบุคคล หน่วยงาน และระดับองค์การ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.2.1 นิยามและองค์ประกอบพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

2.2.1.1 นิยามพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

ความหมายของพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม นักวิจัยส่วนใหญ่มีการเลือกใช้คำที่ค่อนข้างสับสน เนื่องจากมีนักวิจัยบางส่วนใช้คำว่า Innovative Work Behavior ขณะที่นักวิจัยบางส่วนเลือกใช้คำว่า Innovative Behavior ถึงแม้ว่าถ้าแปลตามตัวอักษรแล้วคำว่า Innovative Work Behavior มีบริบทที่สื่อถึงการทำงาน ขณะที่ Innovative Behavior มีบริบทในมุมกว้างของพฤติกรรมทางด้านนวัตกรรม แต่เมื่อพิจารณาการกำหนดนิยามของนักวิจัยทั้งสองกลุ่มแล้วกลับพบว่า นักวิจัยทั้งสองได้ให้ความหมายของทั้งสองคำไว้ไม่แตกต่างกัน โดยมีงานวิจัยหลายชิ้นที่เลือกใช้คำว่า Innovative Behavior แต่กลับอ้างอิงความหมายจาก Innovative Work Behavior อันเป็นแนวคิดของ Janssen ในปีค.ศ. 2000 (Janssen, 2004, 2005; Carmeli & Spreitzer, 2009) กรณีดังกล่าวจึงแสดงให้เห็นว่า นักวิจัยส่วนใหญ่ยังมีความคิดเห็นที่ไม่ชัดเจนเกี่ยวกับคำทั้งสอง แต่งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้คำว่า Innovative Work Behavior เพราะเห็นว่า มีบริบทที่ชี้เฉพาะถึงการทำงาน การเลือกใช้คำดังกล่าวย่อมทำให้เกิดความเข้าใจ และชัดเจนในการศึกษา

ขณะที่เกณฑ์ในการกำหนดนิยาม และการวัดพฤติกรรมทางนวัตกรรมมีลักษณะ 4 ประการ ประกอบด้วย ประการแรก นวัตกรรมควรหมายถึง สิ่งใหม่ขององค์กรนั้น หรือบริบทนั้น ๆ มากกว่าที่จะหมายถึง สิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีใครเคยทำ ประการที่สอง พฤติกรรมดังกล่าวควรรวมถึงการมีส่วนร่วมในบางขั้นตอนของการสร้างนวัตกรรม หรือพฤติกรรมที่สนับสนุนนวัตกรรมมากกว่าที่จะให้พนักงานสร้างนวัตกรรมทั้งกระบวนการ ประการที่สาม พฤติกรรมทางนวัตกรรมควรระบุถึง หรือวัดเชิงพฤติกรรมมากกว่าเจตคติของพนักงาน ประการที่สี่ พฤติกรรมทางนวัตกรรม

ไม่ควรขึ้นอยู่กับผลสำเร็จของนวัตกรรมที่พนักงานสร้างขึ้น เพราะความพยายามในการสร้างนวัตกรรมหลาย ๆ ครั้งมักไม่ประสบความสำเร็จแต่งงานในครั้งนั้นอาจเป็นสาเหตุให้เกิดนวัตกรรมอื่น ๆ ต่อไปได้ (Tuominen & Toivonen, 2011)

ด้วยเหตุนี้ พฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมจึงถือเป็นพฤติกรรมของบุคลากรที่ประกอบด้วย การค้นหาโอกาส การทำให้เกิดการยอมรับ การสร้างสรรค์ความคิด และการนำไปประยุกต์ใช้ ซึ่งบุคลากรจะได้รับการส่งเสริมการสร้างสรรค์ความคิดให้เป็นจริง (Scott and Bruce, 1994) โดยทั่วไปแล้วพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมถูกมองว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญในการรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร (Bos-Nehles & Veenendaal, 2019)

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยสามารถสรุปได้ว่าพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม คือ พฤติกรรมของพนักงานที่มุ่งสร้างสรรค์ แนะนำ หรือประยุกต์ใช้แนวทางใหม่ในการสร้างผลิตภัณฑ์ พัฒนาระบบการหรือใช้เทคโนโลยีในการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานของตนเอง ทีมงาน และความสำเร็จขององค์กร พฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมอาจมีความหมายคล้ายคลึงกับความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) แต่ในความเป็นจริงความคิดสร้างสรรค์หมายถึง ศักยภาพในการสร้างสรรค์ความคิดใหม่ที่เหมาะสมและมีประโยชน์ (Sternberg, 2001) ซึ่งแตกต่างกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมในการทำงานที่จะมีวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน คือ เพื่อให้เกิดประโยชน์บางประการและมีการนำไปใช้ที่ชัดเจนขึ้น ซึ่งจะมีการสำรวจโอกาสและการสร้างความคิดใหม่ และอาจรวมถึงพฤติกรรมที่มุ่งสู่การเปลี่ยนแปลงประยุกต์ใช้ความรู้ใหม่ หรือปรับปรุงกระบวนการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพส่วนบุคคลหรือธุรกิจ (De Jong & Den Hartog, 2008) พฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมจึงเป็นพฤติกรรมที่ประกอบด้วยการสร้างสรรค์ความคิดใหม่ การสนับสนุนแนวคิดภายในองค์กร และช่วยให้สามารถนำแนวคิดเหล่านั้นไปปฏิบัติให้เกิดขึ้น (Janssen, 2000; Scott & Bruce, 1994) ดังนั้น ความคิดสร้างสรรค์จึงถือเป็นรากฐานในกระบวนการแรกคือการสร้างความคิดของพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (Van de Ven, 1986)

2.2.1.2 องค์ประกอบพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

พฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะเกี่ยวกับพฤติกรรมในการมีความคิดสร้างสรรค์ (Creative Behavior) เป็นส่วนของการคิดค้นความคิด แนวคิดใหม่ที่มีประโยชน์ (Amabile, 1988) ทำให้พฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมมีความแตกต่างจากความคิดสร้างสรรค์ คือ พฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมมุ่งที่จะนำความคิดเหล่านั้นมาทำให้เป็นจริง (Oldham & Cuning, 1996) จากแนวความคิดดังกล่าวนี้เองทำให้นักวิจัยบางส่วนมองว่า พฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมนั้นสามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 มิติ

ประกอบด้วย มิติที่ 1 การสร้างความคิด (Idea generation) เป็นการสร้างแนวคิดใหม่ ๆ หรือวิธีการแก้ไขปัญหาใหม่ ๆ ซึ่งส่วนนี้ คือ ส่วนของความคิดสร้างสรรค์ มิติที่ 2 การทำความคิดให้เกิดผล (Idea implementation) เป็นการนำเอาความคิดสร้างสรรค์ที่ได้คิดไว้มาทำให้เป็นรูปธรรม ซึ่งถูกพิจารณาว่าเป็นส่วนของพฤติกรรมนั่นเอง การแบ่งมิติแบบนี้มีข้อดี คือ ชัดเจน และง่ายต่อการทำความเข้าใจ อย่างไรก็ตามแนวคิดในการแบ่งมิติของพฤติกรรมดังกล่าวไม่ได้รับความนิยมในการทำวิจัยมากนัก เนื่องจากการแบ่งมิตินี้ยังไม่มีที่ชัดเจนเท่าที่ควร โดยเฉพาะในมิติด้านความคิดสร้างสรรค์ที่มีความเป็นนามธรรมสูงซึ่งยากต่อการวัด

นอกจากแบ่งมิติของพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมออกเป็นมิติง่าย ๆ 2 มิติข้างต้นแล้ว นักวิจัยบางส่วนยังได้พยายามที่จะแบ่งมิติของพฤติกรรมดังกล่าว ออกตามกระบวนการของการเกิดนวัตกรรม เช่น งานวิจัยของ Scott & Bruce (1994) Janssen (2004) และ Nijenhuis (2015) ได้แบ่งมิติของพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมออกเป็น 3 มิติ ประกอบด้วย

มิติที่ 1 การสร้างความคิด (Idea Generation) หมายถึง การสร้างความคิดที่แปลกใหม่ และมีประโยชน์ ขั้นตอนนี้จะเริ่มจากการที่บุคคลรับรู้ปัญหาเกี่ยวกับงานในด้านต่าง ๆ แล้วพยายามหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับงานดังกล่าว จนทำให้บุคคลเกิดความคิดที่แปลกใหม่

มิติที่ 2 การสนับสนุนความคิด (Idea promotion) เมื่อบุคคลได้สร้างความคิดใหม่ขึ้นมาแล้วเขาจะต้องทำ กิจกรรมบางอย่างเพื่อหาผู้สนับสนุน หรือหาผู้มีอำนาจเพื่ออุปถัมภ์งานของเขา เพื่อให้บุคคลเหล่านี้ใช้อำนาจสนับสนุนความคิดใหม่ของเขา เพื่อให้เขาสามารถทำความคิดใหม่นั้นออกมาเป็นรูปธรรมได้

มิติที่ 3 การทำให้ความคิดเป็นจริง (Idea realization and innovation) พฤติกรรมต่อเนื่องมาจากการที่บุคคลตระหนักถึงปัญหา และได้เริ่มคิดเกี่ยวกับทางเลือกในการแก้ปัญหา จนถึงการทำแนวร่วมมาสนับสนุนความคิดของเขาให้เป็นรูปธรรม ในขั้นตอนสุดท้ายเป็นการทำให้ความคิดให้เป็นจริง พนักงานจะนำเอาความคิดของเขาสร้างให้เป็นรูปธรรม โดยส่วนใหญ่จะสร้างเป็นโมเดลต้นแบบ ทำให้นวัตกรรมที่สร้างขึ้นเป็นรูปร่าง สามารถสัมผัส หรืออธิบายได้อย่างเห็นภาพ ขั้นตอนนี้ผู้สร้างนวัตกรรมสามารถทำให้นวัตกรรมนั้นแพร่กระจายไปยังหน่วยงานต่าง ๆ

ขณะที่ Kanter (1988) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม โดยพบว่าผลของพฤติกรรมที่มีความซับซ้อน ประกอบด้วยพฤติกรรมที่สำคัญ 3 มิติ ได้แก่

1) การสร้างความคิด (Idea Generation) หมายถึง การสร้างแนวคิดที่แปลกใหม่ และมีประโยชน์ ขั้นตอนนี้จะเป็นการรับรู้ปัญหาที่เกี่ยวกับงาน (Perceived Work-Related Problems) ความไม่ลงรอย (Incongruities) ความไม่ต่อเนื่อง (Discontinuities) และแนวโน้มที่เกิดขึ้น (Emerging Trend) เป็นตัวส่งเสริมความคิดที่แปลกใหม่

2) การสนับสนุนความคิด (Idea Promotion) เมื่อเกิดความคิดใหม่แล้ว บุคคลก็จะแสวงหาผู้สนับสนุน (Backer) และผู้อุปถัมภ์ (Sponsor) ให้กับแนวคิดของตน เพื่อให้มีอำนาจ และทำให้ความคิดของตนเป็นที่ยอมรับ และเป็นที่ยอมรับ (Realized) ได้ในที่สุด

3) การทำให้ความคิดเป็นนวัตกรรม (Idea Realization and Innovation) เมื่อบุคคลได้สร้างความคิดซึ่งเกิดจากการรับรู้ปัญหาเกี่ยวกับงาน และได้ทำให้เกิดความคิดที่แปลกใหม่ จากนั้นบุคคลก็จะหาผู้สนับสนุนความคิดของตน และในที่สุด คือ การทำให้ความคิดเป็นจริงซึ่งก็คือ นวัตกรรม โดยการผลิตตัวต้นแบบ หรือรูปแบบสำหรับชิ้นงาน หรือบริการด้านนวัตกรรม

จากการทบทวนองค์ประกอบพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมผู้วิจัยเลือกแบ่งพฤติกรรม การปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมเป็น 3 องค์ประกอบตามแนวคิดของ Janssen (2004) เนื่องจากเป็นแนวคิด ที่นิยมใช้ศึกษา อย่างแพร่หลาย ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่

1. การสร้างความคิด (Idea Generation) หมายถึง การรับรู้ประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับ งานซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการสร้างความคิดแปลกใหม่และมีประโยชน์ต่อกระบวนการทำงานและ การออกแบบผลิตภัณฑ์

2. การสนับสนุนความคิด (Idea Promotion) หมายถึง การแสวงหาและชักชวนเพื่อน ร่วมงานหรือผู้มีอำนาจในองค์กรเพื่อให้สนับสนุนความคิดใหม่ที่สร้างขึ้น

3. การทำให้ความคิดให้เป็นจริง (Idea Realization) หมายถึง การประยุกต์ใช้ความคิดใหม่ ในกระบวนการทำงานและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มงานหรือองค์การทั้งหมดให้เกิดขึ้นจริง

2.3 ธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์

อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าในประเทศไทยมีพัฒนาการมากกว่า 60 ปี โดยรัฐบาลมีนโยบาย ส่งเสริมการลงทุนผ่านการให้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เพื่อดึงดูดนักลงทุนต่างชาติ ส่งผลให้มีการขยายการลงทุนในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและ พัฒนาการผลิตขึ้นส่วนๆ ตามมา ช่วงปีพ.ศ. 2503-2514 ภาครัฐส่งเสริมการลงทุนผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า เพื่อทดแทนการนำเข้า โดยเป็นการนำเข้าชิ้นส่วนๆ มาประกอบและส่วนใหญ่เป็นการผลิต เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีเทคโนโลยีการผลิตไม่ซับซ้อน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ พัดลม เป็นต้น ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2515 ถึงปัจจุบัน รัฐบาลไทยมีนโยบายสนับสนุนการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อส่งออก โดยในปีพ.ศ. 2530 เหตุการณ์ Plaza Accord มีผลให้เงินเยนแข็งค่า บริษัทญี่ปุ่นจึงย้ายฐานการผลิตออกนอกประเทศ ซึ่งไทยเป็นหนึ่งในฐานการผลิตที่สำคัญ เนื่องจากเป็นตลาดที่มีศักยภาพการเติบโตสูง อีกทั้งมีความ ได้เปรียบจากการเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคอาเซียน หลังการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA) ในปีพ.ศ. 2547 นอกจากนี้ในช่วงเวลานั้นไทยยังมีต้นทุนค่าแรงที่ต่ำ

จึงดึงดูดบริษัทข้ามชาติให้เข้ามาตั้งฐานผลิตในไทยเพิ่มขึ้น โดยมีทั้งบริษัทผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า และส่วนประกอบเครื่องใช้ไฟฟ้า (อาทิ คอมเพรสเซอร์ มอเตอร์ ไดโอด หลอดภาพโทรทัศน์ ลำโพง เป็นต้น) รวมถึงชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ที่อยู่ในส่วนประกอบของเครื่องใช้ไฟฟ้า [อาทิ แผ่นวงจรพิมพ์ (Printed Circuit Board: PCB) แผงวงจรไฟฟ้า (Integrated Circuits: IC) ตัวเก็บประจุไฟฟ้า (Capacitor)] ส่งผลให้เกิดการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าของไทยจนถึงปัจจุบัน

แนวโน้มอุตสาหกรรม

ปริมาณการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าของไทยในปีพ.ศ. 2564-2566 คาดว่าจะเติบโตเฉลี่ย 2.0-4.0% ต่อปี โดยความต้องการในประเทศมีปัจจัยหนุนจากภาวะเศรษฐกิจและตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่ทยอยฟื้นตัว ขณะที่การส่งออกคาดว่าจะขยายตัวต่อเนื่องตามภาวะเศรษฐกิจโลกที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น การขยายตัวของความเป็นเมือง (Urbanization) และจำนวนชนชั้นกลางในตลาดอาเซียน รวมถึงผลบวกจากนโยบายกีดกันทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีนอาจเอื้อโอกาสให้เครื่องใช้ไฟฟ้าบางประเภทของไทย อาทิ เครื่องปรับอากาศ และตู้เย็น สามารถส่งออกป้อนสหรัฐฯ ได้มากขึ้น

ปริมาณความต้องการเครื่องใช้ไฟฟ้าในประเทศมีแนวโน้มขยายตัวเฉลี่ย 2.0-3.0% ผลจาก

1. ตลาดที่อยู่อาศัยคาดว่าจะกระเตื้องขึ้นในปีพ.ศ. 2565-2566 ตามทิศทางการขยายตัวของภาวะเศรษฐกิจ
2. การทำตลาดของเครื่องใช้ไฟฟารุ่นใหม่ที่มีความสำคัญด้านสุขภาพมากขึ้น (ระบบฟอกอากาศและกำจัดแบคทีเรีย/ไวรัส เพื่อบรรเทาปัญหาฝุ่น PM2.5 และป้องกันโรคระบาด) อาทิ เครื่องปรับอากาศ เครื่องซักผ้า เครื่องฟอกอากาศ รวมถึงเครื่องใช้ไฟฟารุ่นใหม่ที่มีการพัฒนาความสามารถควบคุมการทำงานผ่านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต
3. สภาพอากาศในปีพ.ศ. 2565-2566 คาดว่าอุณหภูมิจะมีแนวโน้มปรับสูงขึ้นต่อเนื่องจากสภาวะโลกร้อนช่วยหนุนความต้องการเครื่องปรับอากาศ
4. การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านการทำตลาดสินค้าออนไลน์ ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลและตัดสินใจซื้อได้สะดวกมากขึ้น

มูลค่าส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้ามีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ย 3.0-4.0% โดยมีปัจจัยหนุน ได้แก่

1. มาตรการกีดกันทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีนที่ยังคงยืดเยื้อ น่าจะเอื้อโอกาสในการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าบางประเภทของไทยไปยังสหรัฐฯ เพื่อทดแทนการนำเข้าจากจีน โดยเฉพาะเครื่องปรับอากาศ และตู้เย็น (ปี 2563 สัดส่วนส่งออกไปตลาดสหรัฐฯ สำหรับเครื่องปรับอากาศอยู่ที่ 11.5% และตู้เย็นที่ 15.4% ของมูลค่าส่งออกทั้งหมดในแต่ละผลิตภัณฑ์ เพิ่มขึ้นจาก 5.5% และ 4.1% ตามลำดับ ในปีพ.ศ. 2560)

2. การส่งออกเครื่องซักผ้าไปยังสหรัฐฯ มีแนวโน้มฟื้นตัวตั้งแต่ปีพ.ศ. 2564 หลังสิ้นสุดมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดของสหรัฐฯ

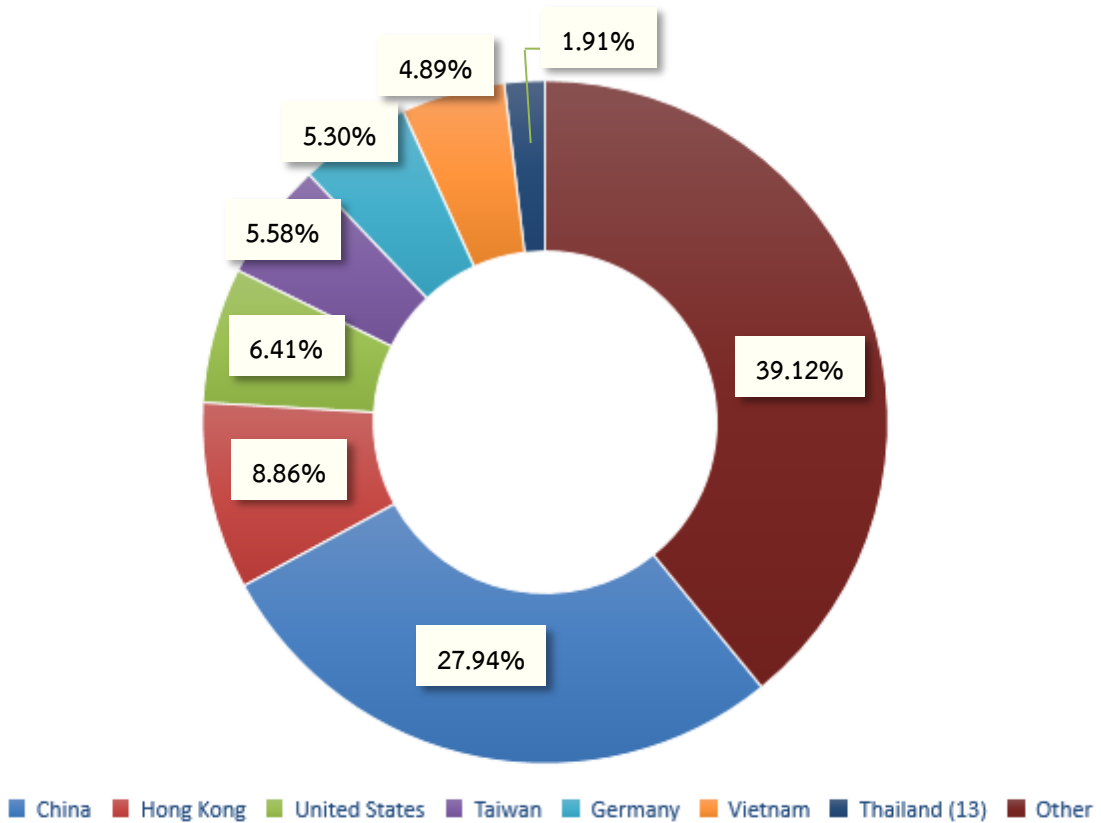
3. ความต้องการเครื่องใช้ไฟฟ้าในตลาดเอเชีย (สัดส่วนส่งออก19.4% ของมูลค่าส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าทั้งหมด) ยังมีโอกาสเติบโตต่อเนื่อง สะท้อนจากอัตราการถือครองเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ยังอยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะเครื่องปรับอากาศ โดยหลายประเทศมีอัตราการถือครองต่ำกว่า 20% ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมด อาทิ อินเดีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เมียนมาร์ กัมพูชา ลาว นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยหนุนจากการขยายตัวของความเป็นเมืองและกลุ่มคนชั้นกลางในภูมิภาคเอเชีย

สถานการณ์อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ.2566

- อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์โลกชะลอตัวตามอิทธิพลของเศรษฐกิจโลกที่ยังไม่ฟื้นตัว แม้ว่าอัตราเงินเฟ้อจะปรับตัวลดลงในหลายประเทศ แต่ภาคการผลิตยังมีแนวโน้มชะลอตัวต่อเนื่อง จากความขัดแย้งระหว่างสหรัฐอเมริกา กับ จีน และ สงครามรัสเซีย กับ ยูเครน ยังเป็นปัจจัยที่สำคัญ โดยเฉพาะเศรษฐกิจจีน ซึ่งใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลก เข้าสู่ภาวะถดถอย ส่งผลต่อห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์โลก

- สถานการณ์ภาวะการลงทุนของอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ไทย มีการขอรับการส่งเสริมการลงทุนตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง มิถุนายน ค.ศ.2023 ปรับตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 86 มีทิศทางที่ดีขึ้นต่อเนื่อง และเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการลงทุนมากที่สุด เนื่องจากได้รับแรงหนุนจากอุตสาหกรรมต่อเนื่อง อย่างอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีการผลักดันการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า รวมทั้งความต้องการสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ในกลุ่มเซมิคอนดักเตอร์ยังคงเป็นที่ต้องการในตลาดโลกในระยะยาว โดยคาดการณ์ว่าเทคโนโลยีต่าง ๆ อาทิ ระบบ Big Data, Internet of Things(IoT), Artificial Intelligence(AI) เป็นต้น จะมีบทบาทในอุตสาหกรรมต่าง ๆ อย่างมากในอนาคต

- มูลค่าส่งออกสินค้าไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์โลกมีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง ในเดือนมิถุนายน ค.ศ.2023 ปรับตัวลดลงร้อยละ 26.46 เป็นผลจากเศรษฐกิจโลกชะลอตัว ประกอบกับจีนผู้มีส่วนแบ่งตลาดในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด มีภาวะเศรษฐกิจน่ากังวล จากการที่บริษัทอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ของจีนล้มละลาย ทำให้ภาคอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์จีนเข้าขั้นวิกฤตส่งผลกระทบต่อหลายภาคส่วนของกิจกรรมทางเศรษฐกิจของจีน (ศูนย์ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์, 2566)



ภาพที่ 2.1 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ มกราคม – มิถุนายน พ.ศ.2566

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

- เศรษฐกิจโลกเข้าสู่ภาวะถดถอย สะท้อนจากประเทศการค้าสำคัญของโลกยังมีอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) อยู่ในระดับสูง เช่น ออสเตรเลีย มาเลเซีย และกลุ่มประเทศในทวีปยุโรป เป็นต้น ขณะที่ GDP Growth Rate ทั่วโลก อยู่ที่ประมาณไม่เกินร้อยละ 5 ถือว่าค่อนข้างต่ำ ส่วนราคาน้ำมัน (Crude Oil Prices) ยังทรงตัว แม้ว่าจะมีแนวโน้มลดลงอย่างค่อยเป็นค่อยไป แต่ก็ยังอยู่ในระดับสูง (ศูนย์ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์, 2566)

ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์โลก

- ภาคการค้าระหว่างประเทศชะลอตัว
- ต้นทุนการผลิตสูง
- การลงทุนลดลง
- ดอกเบี้ยปรับตัวสูงขึ้น
- การพัฒนาเทคโนโลยีชะลอตัว

ในระยะยาว อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าของไทยมีโอกาสเติบโตต่อเนื่อง

จากความต้องการเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงและสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตามทิศทางการพัฒนาโครงข่ายสื่อสารโทรคมนาคม 5G ที่ครอบคลุมทุกพื้นที่มากขึ้น สอดคล้องกับแนวโน้มความก้าวหน้าในการพัฒนาโครงการระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ที่เป็นพื้นที่นำร่องการลงทุนอุตสาหกรรมใหม่แห่งอนาคตที่เน้นการใช้เทคโนโลยีสูงตามยุทธศาสตร์อุตสาหกรรม 4.0 ของภาครัฐ ซึ่งจะช่วยดึงดูดเม็ดเงินลงทุนเพื่อพัฒนานวัตกรรมการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าในไทย โดยเฉพาะเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มที่ไทยมีศักยภาพในการแข่งขันสูง อาทิ เครื่องใช้ไฟฟ้าประเภททำความเย็น และเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน (วิจัยกรุงศรี, 2564)

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4.1 งานวิจัยในประเทศไทย

นัฐกานต์ ฐิติจำเริญพร และกัลยกิตติ์ กิรติอังกูร (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานองค์การธุรกิจของ บริษัทโตโยต้า ไทฮัทสุ เอ็นจิเนียริ่ง แอนด์ แมนูแฟคเจอร์ จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมของผู้นำในองค์การ โดยภาพรวมมีความสำคัญระดับสูงที่สุด ได้แก่ ด้านพฤติกรรมที่เน้นความสัมพันธ์ รองลงมา ได้แก่ ด้านพฤติกรรมที่เน้นงาน และด้านพฤติกรรมที่เน้นการเปลี่ยนแปลง ตามลำดับ ทั้งนี้เมื่อศึกษาสภาพแวดล้อมการทำงานในองค์การ ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมการทำงานในองค์การโดยภาพรวมมีความสำคัญระดับสูง ที่สุด ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางสังคม รองลงมา ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านสภาพแวดล้อมทางจิตใจ ตามลำดับ และเมื่อศึกษาพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานองค์การ ผลการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานองค์การโดยภาพรวมมีความสำคัญระดับสูงที่สุด ได้แก่ พฤติกรรมการค้นหาโอกาส รองลงมา ได้แก่ ด้านความมีนวัตกรรมของพนักงาน ด้านความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน และด้านพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงรุก ตามลำดับ

วัลลภ วรรณโอสถ และประสพชัย พสุนนท์ (2562) ศึกษาเรื่อง บรรยากาศการสร้างนวัตกรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า บรรยากาศการสร้างนวัตกรรม 4 ด้าน คือ 1.ด้านการควบคุม คือ ลักษณะของนโยบายและกฎระเบียบต่าง ๆ ที่บริษัทกำหนด 2.ด้านการมีส่วนร่วม คือ บริษัทเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น 3.ด้านความเจริญก้าวหน้าและการพัฒนา คือ การส่งเสริมให้พนักงานมีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน การสนับสนุนการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มประสบการณ์ทำงานและความสามารถ 4.ด้านรางวัลและผลตอบแทน คือ การให้ผลตอบแทน

แก่พนักงานในองค์กรทั้งในรูปแบบที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค
นวัตกรรมของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถทำนายพฤติกรรมการ
สร้างสรรคนวัตกรรมของพนักงานได้ร้อยละ 78.40

พิมพ์ลภัส มาแก้ว (2564) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริม
นวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์
ในประเทศไทย: บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน ผลการศึกษาพบว่า
1) ระดับของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและ
พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอยู่ในระดับสูง 2) บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมี
ความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ 3) บรรยากาศการ
ส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนอย่างมี
นัยสำคัญ 4) ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม
ในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ และ 5) ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีบทบาทเป็นตัวแปรสื่อ
แบบบางส่วนในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรม
เชิงนวัตกรรมในการทำงาน

สุขมงคล เลิศภิรมย์สุข และทิพย์รัตน์ เลหาวิเชียร (2565) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของ
บรรยากาศองค์กรเชิงนวัตกรรมที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างสรรคนวัตกรรมการทำงาน ผ่านความสุข
ในการทำงาน และมีรุ่นอายุของพนักงานเป็นตัวแปรกำกับ การศึกษาครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วย
แบบสอบถามจากพนักงานประจำขององค์กรภาคเอกชนทั่วประเทศไทย จำนวน 394 ราย
ผลการศึกษา พบว่า ความสุขในการทำงานเป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วนของอิทธิพลที่บรรยากาศของ
องค์กรเชิงนวัตกรรมมีต่อพฤติกรรมการสร้างสรรคนวัตกรรมการทำงาน และรุ่นอายุของพนักงาน
เป็นตัวแปรกำกับของ ความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานกับพฤติกรรมการสร้างสรรค
นวัตกรรมการทำงาน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

เกียรติศักดิ์ ศุภรัตน์ และกล้าหาญ ณ น่าน (2566) ศึกษาเรื่อง สภาพแวดล้อมในการ
ทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการทำงานของข้าราชการครูประถมศึกษา
ผลการศึกษา พบว่า สภาพแวดล้อมในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับสูงมาก และพฤติกรรมการสร้าง
นวัตกรรมในการทำงานอยู่ในระดับมากผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ระดับการศึกษา
ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการทำงานของข้าราชการครูประถมศึกษาแตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านสภาพแวดล้อมทาง
กายภาพ และด้านสภาพแวดล้อมทางจิตใจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการทำงาน
ของข้าราชการครูประถมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Yuyan Luo, Zhi Cao, Lu Yin, Huiqin Zhang and Zhong Wang (2018) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการมีบุคลิกชอบเข้าสังคมกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานและผลกระทบจากบรรยากาศเชิงนวัตกรรมขององค์กรในฐานะตัวแปรกำกับ โดยสำรวจจากพนักงานจำนวน 300 คนที่ได้รับการคัดเลือกจากองค์กรต่าง ๆ ในสามเมืองของประเทศจีน ผลการศึกษาพบว่าการมีบุคลิกชอบเข้าสังคมส่งผลดีต่อพฤติกรรมสร้างสรรค์ของพนักงาน บรรยากาศส่งเสริมนวัตกรรมส่งผลดีต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน การสนับสนุนทรัพยากรในบรรยากาศเชิงนวัตกรรมขององค์กรมีผลในระดับปานกลางต่อความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงภายนอกกับนวัตกรรมของพนักงาน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงแนวทางใหม่ในการปรับปรุงนวัตกรรมขององค์กรและการสร้างประเทศแห่งนวัตกรรม

Ibrahim et al. (2018) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในงานของวิศวกรในโรงงานประเทศมาเลเซียจำนวน 309 คน พบว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรด้านการสนับสนุนนวัตกรรมและวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นผลการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

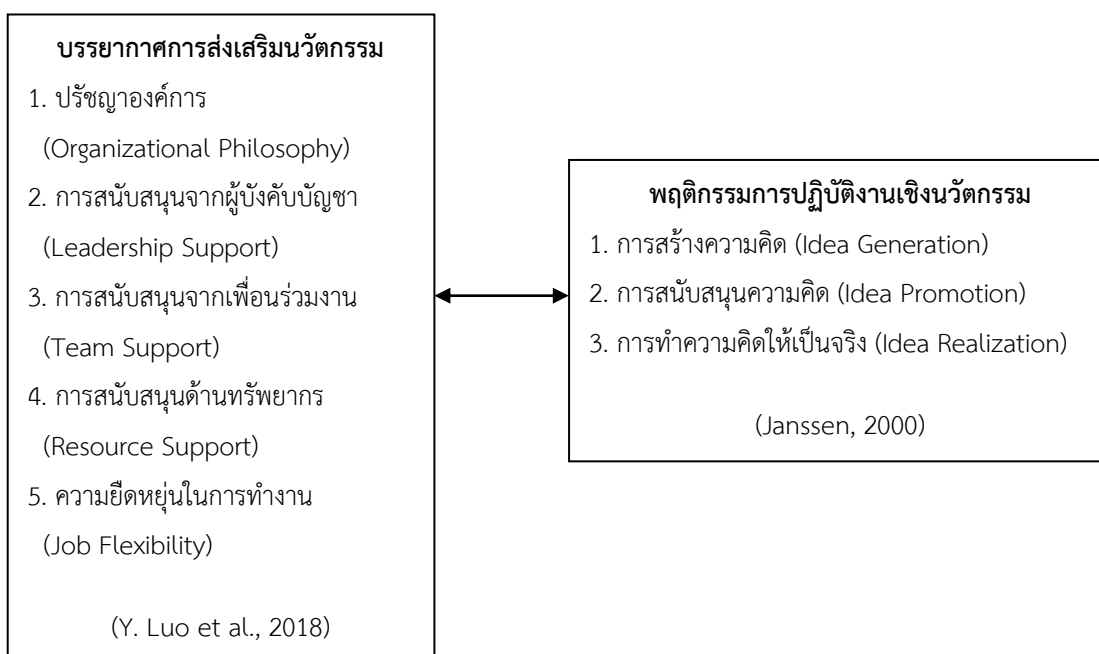
Kim et al. (2021) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานจากหลากหลายองค์กรจำนวน 94 แห่ง ผลการวิจัยพบว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

Mashaël Abdulaziz Malibarria and Saleh Bajaba (2022) ศึกษาเรื่อง ความเป็นผู้นำของผู้ประกอบการและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน: การวิเคราะห์ตัวแปรคั่นกลางบรรยากาศส่งเสริมนวัตกรรมและความคล่องตัวทางปัญญาของพนักงาน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานประจำในสหรัฐอเมริกา จำนวน 241 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้นำสามารถระบุบทบาทที่สำคัญในการส่งเสริมนวัตกรรมในธุรกิจและสร้างวัฒนธรรมและบรรยากาศในอุดมคติสำหรับนวัตกรรม นอกจากนี้ยังช่วยให้ผู้นำสามารถสร้างสภาพแวดล้อมที่เป็นนวัตกรรมเพื่อกระตุ้นให้พนักงานแบ่งปันแนวคิดและแนวคิดในลักษณะที่มั่นใจ

Zhang, G., Zhang, X. and Wang, Y. (2022) ศึกษาเรื่อง การรับรู้สถานะภายในและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน : บทบาทของการแบ่งปันความรู้และบรรยากาศส่งเสริมนวัตกรรมขององค์กร กลุ่มตัวอย่างพนักงาน 341 คนที่ทำงานในองค์กรต่าง ๆ ในประเทศจีน ถูกนำมาใช้เพื่อตรวจสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาพบว่าการรับรู้สถานะภายในมีความสัมพันธ์เชิงบวก

กับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน และการแบ่งปันความรู้เป็นสื่อกลางความสัมพันธ์ระหว่างสถานะภายในที่รับรู้และพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน นอกจากนี้บรรยากาศส่งเสริมนวัตกรรมขององค์กรยังช่วยเพิ่มความสัมพันธ์ของการแบ่งปันความรู้และพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับการเชื่อมโยงพฤติกรรม การปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ ในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษา ผู้วิจัยนำเสนอวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

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

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร คือ พนักงานในฝ่ายวิจัยและพัฒนา ธุรกิจที่ดำเนินงานในกลุ่มของอุตสาหกรรม เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จำนวน 207 แห่ง (ที่มา: สมาคมอุตสาหกรรมไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคมไทย ข้อมูล ณ 20 กรกฎาคม พ.ศ.2566) อย่างไรก็ตาม ไม่สามารถ ระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างบริษัทที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ที่ระดับความ เชื่อมั่น 95% ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของTaro Yamane (1973) จะได้กลุ่มตัวอย่างบริษัทที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ทั้งสิ้นจำนวน 136 แห่ง

กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร ผู้วิจัยจึงใช้สูตรการคำนวณโดยใช้สูตร W.G. Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{p(1-p)z^2}{d^2}$$

n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

p คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการ (0.5)

z คือ ความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05 มีค่าเท่ากับ 1.96 (มั่นใจ 95%)

d คือ สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (.05)

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(.05)^2}$$

$$n = \frac{0.25(3.8416)}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16 \sim n = 385$$

ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บข้อมูล คือ 385 คน

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง 2 วิธี ได้แก่

1) การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งจำนวนประชากรจำแนกตามภูมิภาค ได้แก่ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก และภาคใต้ หลังจากนั้นแบ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนก 136 บริษัท และเพื่อป้องกันการได้รับข้อมูลไม่ครบผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็นสัดส่วนที่เท่ากันในทุกบริษัท คือ พนักงานในฝ่ายวิจัยและพัฒนาบริษัทละ 3 ฉบับ รวมจำนวนทั้งหมด 408 ฉบับ (ดังตารางที่ 3.1)

2) การสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่ต้องการเป็นหลักโดยส่งจดหมายขอเก็บข้อมูลกับบริษัทตามรายชื่อจากสมาคมอุตสาหกรรมไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคม ไปยังฝ่ายบุคคลของแต่ละบริษัทเป็นผู้ส่งต่อให้พนักงาน โดยได้รับแบบสอบถามคืนมาทั้งสิ้นจำนวน 385 ฉบับ

ตารางที่ 3.1 จำนวนและกลุ่มตัวอย่างของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
แบ่งตามภูมิภาค

ลำดับที่	แบ่งตามภูมิภาค	จำนวนบริษัท (แห่ง)	จำนวนบริษัท กลุ่มตัวอย่าง (แห่ง)
1	ภาคเหนือ	-	-
2	ภาคกลาง	140	92
3	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	-	-
4	ภาคตะวันออก	52	34
5	ภาคตะวันตก	14	10
6	ภาคใต้	1	-
รวมทั้งสิ้น		207	136

ที่มา: สมาคมอุตสาหกรรมไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคมไทย ข้อมูล ณ 20 กรกฎาคม พ.ศ.2566

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดขึ้นตามข้อมูล และทฤษฎีที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องหรือวรรณกรรมที่เคยมีผู้ศึกษาไว้แล้ว โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถามตามขั้นตอนดังนี้

- 1) ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 2) สร้างแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นในประเด็นที่ต้องการวิจัยตามกรอบแนวความคิด
 - 3) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาเสนอต่อที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความครบถ้วน และความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถามเพื่อให้ตรงกับเรื่องที่จะศึกษา
 - 4) ทำการปรับปรุงแก้ไข และนำเสนอต่อที่ปรึกษาอีกครั้งหนึ่งเพื่อตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ และเพื่อให้ที่ปรึกษาอนุมัติก่อนแจกแบบสอบถาม
 - 5) ทดลองแจกแบบสอบถามกับตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น
 - 6) จัดพิมพ์เป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้
- ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุงาน และตำแหน่งงาน โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด แบบให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม ได้แก่ (1) ปรัชญาองค์กร จำนวน 3 ข้อ (2) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา จำนวน 4 ข้อ (3) การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน จำนวน 4 ข้อ (4) การสนับสนุนด้านทรัพยากร จำนวน 4 ข้อ (5) ความยืดหยุ่นในการทำงาน จำนวน 4 ข้อ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ได้แก่ (1) การสร้างความคิด จำนวน 3 ข้อ (2) การสนับสนุนความคิด จำนวน 3 ข้อ (3) การทำความคิดให้เป็นจริง จำนวน 3 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนนสำหรับข้อคำถามระดับความคิดเห็นโดยใช้การประเมินค่าแบบลิเคิร์ต (5 point Likert Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับมากที่สุด	ระดับคะแนน	5	คะแนน
ระดับมาก	ระดับคะแนน	4	คะแนน
ระดับปานกลาง	ระดับคะแนน	3	คะแนน
ระดับน้อย	ระดับคะแนน	2	คะแนน
ระดับน้อยที่สุด	ระดับคะแนน	1	คะแนน

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายของมาตรวัดประเมินค่าแบบลิเคิร์ต โดยใช้ค่าเฉลี่ยแบบแบ่งช่วงอันตรภาคชั้น (Class Interval) ดังนี้ (สรชัย พิศาลบุตร, 2555)

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	มาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	น้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ก่อนนำแบบสอบถามไปใช้จริง ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยมีวิธีการดังนี้

การตรวจสอบเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ที่ปรึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะรวม 3 ท่าน ทำการพิจารณาและตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหา และความถูกต้องตามองค์ประกอบที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา จากนั้นนำคะแนนประเมินมาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการวัด (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชานีประศาสน์, 2562) โดยกำหนดคะแนนแทนค่าของคำตอบไว้ ดังนี้

- +1 หมายถึง คำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือนิยามปฏิบัติการ
 -1 หมายถึง คำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือนิยามปฏิบัติการ
 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือนิยามปฏิบัติการ

เมื่อได้รับแบบประเมินค่าความสอดคล้องคืนจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้วิจัยนำมาหาค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (The Index of Item Objective-Congruence: IOC) ตามสูตร ต่อไปนี้

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

IOC แทน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (The Index of Item Objective-Congruence: IOC)

$\sum R$ แทน ผลรวมคะแนนประเมินความสอดคล้อง

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจแบบสอบถาม

โดยผู้วิจัยกำหนดให้ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ตามเกณฑ์ ต่อไปนี้

ค่า IOC ≥ 0.50 หมายความว่า คำถามตรงวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ค่า IOC < 0.50 หมายความว่า คำถามไม่ตรงวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยจากผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน พบว่า ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 0.66 ถึง 1.00 มีค่าดัชนีความสอดคล้องโดยเฉลี่ยทั้งฉบับเท่ากับ 0.97 ซึ่งมากกว่า 0.50 จึงถือว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย และมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Kline, 2011; ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2556) โดยผู้วิจัยทำการปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out) โดยสามารถแสดงค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถามได้ ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 ค่าดัชนีความสอดคล้องโดยเฉลี่ยของแบบสอบถาม

หัวข้อคำถาม	จำนวนข้อ	ค่าดัชนีความสอดคล้องโดยเฉลี่ย
1. บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม	17	
1.1 ปรัชญาองค์กร	3	1.00
1.2 การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา	3	1.00
1.3 การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน	4	1.00

ตารางที่ 3.2 ค่าดัชนีความสอดคล้องโดยเฉลี่ยของแบบสอบถาม (ต่อ)

หัวข้อคำถาม	จำนวนข้อ	ค่าดัชนีความสอดคล้องโดยเฉลี่ย
1.4 การสนับสนุนด้านทรัพยากร	3	1.00
1.5 ความยืดหยุ่นในการทำงาน	4	0.91
2. พฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม	9	
2.1 การสร้างความคิด	3	1.00
2.2 การสนับสนุนความคิด	3	0.88
2.3 การทำความคิดให้เป็นจริง	3	1.00
รวมทั้งฉบับ	26	0.97

การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยตรวจวัดความเชื่อมั่น หรือความสอดคล้องภายในด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยการนำแบบสอบถามที่ได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน โดยข้อคำถามต้องมีค่า α ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Santos, 2012) จึงจะถือว่าข้อคำถามมีความเชื่อมั่น

$$\text{สูตร } \alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

K แทน จำนวนข้อคำถามในแบบสอบถาม

S_i^2 แทน ผลรวมของความแปรปรวนในแต่ละข้อ

S_t^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนรวม

ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามพบว่า ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรที่สังเกตได้ จำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 0.88 ถึง 0.90 และค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามโดยรวมเท่ากับ 0.90 ซึ่งมากกว่า 0.70 จึงถือว่าข้อคำถามที่ใช้วัดตัวแปรแฝงมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการวิจัยได้ ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแสดงอยู่ใน ตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 ค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามกับกลุ่มทดลองที่คล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรในแบบสอบถาม	จำนวนข้อ	Cronbach's Alpha
1. บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม	17	
1.1 ปรัชญาองค์การ	3	0.89
1.2 การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา	3	0.89
1.3 การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน	4	0.88
1.4 การสนับสนุนด้านทรัพยากร	3	0.89
1.5 ความยืดหยุ่นในการทำงาน	4	0.88
2. พฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม	9	
2.1 การสร้างความคิด	3	0.88
2.2 การสนับสนุนความคิด	3	0.89
2.3 การทำความคิดให้เป็นจริง	3	0.89
รวมทั้งฉบับ	26	0.90

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์จากผู้บริหารธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลโดยส่งทางไปรษณีย์ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ชี้แจงในแบบสอบถามถึงวัตถุประสงค์และวิธีการตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งชี้แจงว่าข้อมูลที่สอบถามจะนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น และผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวม เพื่อให้ผู้ตอบมีความสบายใจในการตอบแบบสอบถาม

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผลข้อมูล หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการประมวลผล ด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

3.5.1 นำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้อง และนำมาลงรหัสคะแนนตามที่ได้กำหนดไว้พร้อมทั้งใส่หมายเลขให้กับแบบสอบถามทุกฉบับ

3.5.2 นำข้อมูลที่ได้ลงรหัสแล้วไปกรอกในเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

3.5.3 ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ผู้วิจัยนำมาใช้ในการอธิบายหรือบรรยายคุณสมบัติ หรือลักษณะของการแจกแจงข้อมูล และตัวแปรที่ทำการศึกษาตามปัจจัยด้านคุณลักษณะของแต่ละกลุ่ม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุงาน และตำแหน่งงาน ใช้ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

- การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นด้านการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

- การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นด้านพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

3.6.2 สถิติอนุมาน (Inference Statistic) ผู้วิจัยนำมาใช้ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ทำการศึกษา โดยใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ซึ่งจะช่วยให้ผู้วิจัยทราบถึงทิศทางและขนาดของความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยหากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม หากมีค่าอยู่ระหว่าง -1 ถึง 1 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม โดยหากมีค่าเป็นลบ หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในทิศทางผกผัน แต่หากมีค่าเป็นบวก หมายถึง มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางคล้ายตามกัน โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product correlation) โดยใช้เกณฑ์ของ (พรณี ลีกิจวัฒน์, 2558)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 1 คือ มีความสัมพันธ์ในระดับสูงที่สุด

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ อยู่ระหว่าง 0.90 – 0.99 คือ มีความสัมพันธ์ในระดับที่สูงมาก

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ อยู่ระหว่าง 0.89 – 0.70 คือ มีความสัมพันธ์ในระดับมาก

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ อยู่ระหว่าง 0.69 – 0.30 คือ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ อยู่ระหว่าง 0.29 – 0.10 คือ มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0 คือ ไม่มีความสัมพันธ์

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับการเชื่อมโยงพฤติกรรม การปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย”

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 วิเคราะห์ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรม เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

4.3 วิเคราะห์ระดับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรม เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในประเทศไทย

4.4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรม การปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันความสะดวกในการวิเคราะห์ และการนำเสนอ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Means)
SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation)
**	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติ .01

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
1. เพศ			
1.1 ชาย	164	42.60	2
1.2 หญิง	221	57.40	1
รวม	385	100.00	
2. อายุ			
2.1 ต่ำกว่า 26 ปี	24	6.23	4
2.2 26-30 ปี	157	40.79	1
2.3 31-40 ปี	137	35.58	2
2.4 41-50 ปี	60	15.58	3
2.5 51 ปีขึ้นไป	7	1.82	5
รวม	385	100.00	
3. การศึกษา			
3.1 ปริญญาตรี	204	52.99	1
3.2 ปริญญาโท	156	40.52	2
3.3 ปริญญาเอก	25	6.49	3
รวม	385	100.00	
4. ตำแหน่งงาน			
4.1 กลุ่มพนักงาน/เจ้าหน้าที่	228	59.22	1
4.2 กลุ่มผู้บริหารระดับต้น/หัวหน้างาน	124	32.21	2
4.3 กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง/ระดับสูง	33	8.57	3
รวม	385	100.00	

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพศหญิง จำนวน 221 คน (คิดเป็นร้อยละ 57.40) และเพศชาย จำนวน 164 คน (คิดเป็นร้อยละ 42.60) ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุ 26-30 ปี จำนวน 157 คน (คิดเป็นร้อยละ 40.79) รองลงมาคืออายุ 31-40 ปี จำนวน 137 คน (คิดเป็นร้อยละ 35.58) และมีอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 7 คน (คิดเป็นร้อยละ 1.82) น้อยที่สุด โดยมีการศึกษาอยู่ใน

ระดับปริญญาตรี จำนวน 204 คน (คิดเป็นร้อยละ 52.99) มากที่สุด รองลงมาเป็นการศึกษาปริญญาโท จำนวน 156 คน (คิดเป็นร้อยละ 40.52) และปริญญาเอก จำนวน 25 คน (คิดเป็นร้อยละ 6.49) น้อยที่สุด และมีตำแหน่งงานอยู่ในกลุ่มพนักงาน/เจ้าหน้าที่ จำนวน 228 คน (คิดเป็นร้อยละ 59.22) มากที่สุด รองลงมาอยู่ในกลุ่มผู้บริหารระดับต้น/หัวหน้างาน จำนวน 124 คน (คิดเป็นร้อยละ 32.21) และกลุ่มผู้บริหารระดับกลาง/ระดับสูง จำนวน 33 คน (คิดเป็นร้อยละ 8.57) ตามลำดับ

4.2 วิเคราะห์ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรม เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 4.2 - 4.7

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยในภาพรวม

(n = 385)

บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม	\bar{X}	SD	แปลผล
1. ปรัชญาองค์กร	3.73	0.72	มาก
2. การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา	3.90	0.58	มาก
3. การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน	3.92	0.59	มาก
4. การสนับสนุนด้านทรัพยากร	4.06	0.58	มาก
5. ความยืดหยุ่นในการทำงาน	3.89	0.55	มาก
รวม	3.90	0.45	มาก

จากตารางที่ 4.2 ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรม เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, $SD = 0.45$) เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย จากสูงที่สุดถึงต่ำสุดดังนี้ การสนับสนุนด้านทรัพยากร ($\bar{X} = 4.06$, $SD = 0.58$) การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน ($\bar{X} = 3.92$, $SD = 0.59$) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา ($\bar{X} = 3.90$, $SD = 0.58$) ความยืดหยุ่นในการทำงาน ($\bar{X} = 3.89$, $SD = 0.55$) และปรัชญาองค์กร ($\bar{X} = 3.73$, $SD = 0.72$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านปรัชญาองค์การ

1. ปรัชญาองค์การ		\bar{X}	SD	แปลผล
1.1	บริษัทของท่านสนับสนุนให้พนักงานเรียนรู้จากข้อผิดพลาดในอดีตและลงมือทำใหม่อีกครั้ง	3.69	1.08	มาก
1.2	บริษัทของท่านชื่นชมพนักงานที่มีนวัตกรรมและกล้าเปลี่ยนแปลง	3.62	1.05	มาก
1.3	บริษัทของท่านให้รางวัลแก่พนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์	3.89	0.70	มาก
รวม		3.73	0.72	มาก

จากตารางที่ 4.3 ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านปรัชญาองค์การในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, $SD = 0.72$) และรายชื่อที่อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บริษัทของท่านให้รางวัลแก่พนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 3.89$, $SD = .70$) รองลงมา บริษัทของท่านสนับสนุนให้พนักงานเรียนรู้จากข้อผิดพลาดในอดีตและลงมือทำใหม่อีกครั้ง ($\bar{X} = 3.69$, $SD = 1.08$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ บริษัทของท่านชื่นชมพนักงานที่มีนวัตกรรมและกล้าเปลี่ยนแปลง ($\bar{X} = 3.62$, $SD = 1.05$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา

2. การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา		\bar{X}	SD	แปลผล
2.1	หัวหน้าของท่านเคารพและยอมรับความคิดเห็นและการเห็นต่างของผู้ใต้บังคับบัญชา	3.71	0.75	มาก
2.2	หัวหน้าของท่านสนับสนุนให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีความคิดเห็นในการปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น	4.01	0.78	มาก
2.3	หัวหน้าของท่านให้การสนับสนุนงานที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของผู้ใต้บังคับบัญชา	3.97	0.94	มาก
รวม		3.90	0.58	มาก

จากตารางที่ 4.4 ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, $SD = 0.58$) และรายชื่อที่อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ หัวหน้าของท่านสนับสนุนให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีความคิดในการปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น ($\bar{X} = 4.01$, $SD = 0.78$) รองลงมาคือ หัวหน้าของท่านให้การสนับสนุนงานที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของผู้ใต้บังคับบัญชา ($\bar{X} = 3.97$, $SD = 0.94$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ หัวหน้าของท่านเคารพและยอมรับความคิดเห็นและการเห็นต่างของผู้ใต้บังคับบัญชา ($\bar{X} = 3.71$, $SD = 0.75$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน

3. การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน	\bar{X}	SD	แปลผล
3.1 เพื่อนร่วมงานของท่านคอยช่วยเหลือและร่วมมือกันในการทำงานอยู่เสมอ	3.88	0.92	มาก
3.2 เพื่อนร่วมงานของท่านยินดีที่จะแบ่งปันเคล็ดลับและเทคนิคในการทำงานให้แก่ผู้อื่น	3.95	0.68	มาก
3.3 เพื่อนร่วมงานของท่านมีการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องงานอยู่เสมอ	4.02	0.85	มาก
3.4 เพื่อนร่วมงานของท่านมักจะให้คำแนะนำแก่ท่านเมื่อท่านมีความคิดใหม่ ๆ	3.85	0.94	มาก
รวม	3.92	0.59	มาก

จากตารางที่ 4.5 ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, $SD = 0.59$) และรายชื่อที่อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เพื่อนร่วมงานของท่านมีการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องงานอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.02$, $SD = 0.85$) รองลงมาคือ เพื่อนร่วมงานของท่านยินดีที่จะแบ่งปันเคล็ดลับและเทคนิคในการทำงานให้แก่ผู้อื่น ($\bar{X} = 3.95$, $SD = 0.68$) เพื่อนร่วมงานของท่านคอยช่วยเหลือและร่วมมือกันในการทำงานอยู่เสมอ ($\bar{X} = 3.88$, $SD = 0.92$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เพื่อนร่วมงานของท่านมักจะให้คำแนะนำแก่ท่าน เมื่อท่านมีความคิดใหม่ ๆ ($\bar{X} = 3.85$, $SD = 0.94$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการสนับสนุนด้านทรัพยากร

4. การสนับสนุนด้านทรัพยากร	\bar{X}	SD	แปลผล
4.1 ท่านสามารถใช้งานอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อทำให้ความคิดใหม่ ๆ ของท่านนำไปใช้ได้จริง	4.12	0.80	มาก
4.2 ท่านได้รับการสนับสนุนทรัพยากรใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ค้นคิดแนวทางการค้นหาวิธีการทำงานรูปแบบใหม่ ๆ	4.04	0.79	มาก
4.3 ท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลและทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับงานที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์	4.02	0.77	มาก
รวม	4.06	0.58	มาก

จากตารางที่ 4.6 ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการสนับสนุนด้านทรัพยากรในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, $SD = 0.58$) และรายชื่อที่อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านสามารถใช้งานอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อทำให้ความคิดใหม่ ๆ ของท่านนำไปใช้ได้จริง ($\bar{X} = 4.12$, $SD = 0.80$) รองลงมาคือ ท่านได้รับการสนับสนุนทรัพยากรใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ค้นคิดแนวทางการค้นหาวิธีการทำงานรูปแบบใหม่ ๆ ($\bar{X} = 4.04$, $SD = 0.79$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลและทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับงานที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.02$, $SD = 0.77$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน

5. ความยืดหยุ่นในการทำงาน	\bar{X}	SD	แปลผล
5.1 ท่านสามารถทำงานให้สำเร็จลุล่วงด้วยวิธีการของท่านเอง	4.08	0.84	มาก
5.2 งานของท่านมีความท้าทายเป็นอย่างมาก	3.98	0.81	มาก
5.3 ท่านมีอิสระในการทำงานตามความเหมาะสมกับสถานการณ์	3.71	0.93	มาก
5.4 ท่านแสดงความคิดสร้างสรรค์ผ่านการทำงานได้อย่างเต็มที่	3.77	0.80	มาก
รวม	3.89	0.55	มาก

จากตารางที่ 4.7 ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านความยืดหยุ่นในการทำงานในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, $SD = 0.55$) และรายชื่อที่อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านสามารถทำงานให้สำเร็จลุล่วงด้วยวิธีการของท่านเอง ($\bar{X} = 4.08$, $SD = 0.84$) รองลงมาคือ งานของท่านมีความท้าทายเป็นอย่างมาก ($\bar{X} = 3.98$, $SD = 0.81$) ท่านแสดงความคิดสร้างสรรค์ผ่านการทำงานได้อย่างเต็มที่ ($\bar{X} = 3.77$, $SD = 0.80$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ท่านมีอิสระในการทำงานตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ ($\bar{X} = 3.71$, $SD = 0.93$) ตามลำดับ

4.3 วิเคราะห์ระดับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในประเทศไทย รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 4.8 - 4.11

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ระดับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ในภาพรวม

(n = 385)

พฤติกรรมเชิงนวัตกรรม	\bar{X}	SD	แปลผล
1. การสร้างความคิด	3.91	0.55	มาก
2. การสนับสนุนความคิด	3.94	0.57	มาก
3. การทำความคิดให้เป็นจริง	3.93	0.59	มาก
รวม	3.93	0.47	มาก

จากตารางที่ 4.8 วิเคราะห์ระดับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, $SD = 0.47$) เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากสูงที่สุดถึงต่ำสุดดังนี้ การสนับสนุนความคิด ($\bar{X} = 3.94$, $SD = 0.57$) การทำความคิดให้เป็นจริง ($\bar{X} = 3.93$, $SD = 0.59$) และการสร้างความคิด ($\bar{X} = 3.91$, $SD = 0.55$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ระดับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการสร้างความคิด

1. การสร้างความคิด	\bar{X}	SD	แปลผล
1.1 ท่านเสนอแนะแนวคิดใหม่ ๆ ต่อผู้บริหาร เมื่อเผชิญกับสถานการณ์ที่ยากลำบากในการทำงาน	3.81	0.73	มาก
1.2 ท่านมักจะแสวงหาวิธีการ เทคนิค หรือเครื่องมือใหม่ ๆ ในการทำงาน	4.00	0.74	มาก
1.3 ท่านมักหาทางออกใหม่ ๆ ให้กับปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน	3.92	0.73	มาก
รวม	3.91	0.55	มาก

จากตารางที่ 4.9 วิเคราะห์ระดับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการสร้างความคิดในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, $SD = 0.55$) และรายชื่อที่อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านมักจะแสวงหาวิธีการ เทคนิค หรือเครื่องมือใหม่ ๆ ในการทำงาน ($\bar{X} = 4.00$, $SD = 0.74$) รองลงมาคือ ท่านมักหาทางออกใหม่ ๆ ให้กับปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน ($\bar{X} = 3.92$, $SD = 0.73$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ท่านเสนอแนะแนวคิดใหม่ ๆ ต่อผู้บริหาร เมื่อเผชิญกับสถานการณ์ที่ยากลำบากในการทำงาน ($\bar{X} = 3.81$, $SD = 0.73$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ระดับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการสนับสนุนความคิด

2. การสนับสนุนความคิด	\bar{X}	SD	แปลผล
2.1 ท่านโน้มน้าวให้คนในบริษัทสนับสนุนแนวคิดเชิงนวัตกรรมของท่าน	4.01	0.81	มาก
2.2 ท่านได้รับการสนับสนุนให้เสนอแนวคิดให้เกิดนวัตกรรมในการทำงานใหม่ ๆ อยู่เสมอ	3.93	0.75	มาก
2.3 ท่านทำให้สมาชิกที่สำคัญในบริษัทเกิดความกระตือรือร้นต่อแนวคิดเชิงนวัตกรรมของท่าน	3.87	0.76	มาก
รวม	3.94	0.57	มาก

จากตารางที่ 4.10 วิเคราะห์ระดับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการสนับสนุนความคิดในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, $SD = 0.57$) และรายชื่อที่อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านโน้มน้าวให้คนในบริษัทสนับสนุนแนวคิดเชิงนวัตกรรมของท่าน ($\bar{X} = 4.01$, $SD = 0.81$) รองลงมาคือ ท่านได้รับการสนับสนุนให้เสนอแนวคิดให้เกิดนวัตกรรมในการทำงานใหม่ ๆ อยู่เสมอ ($\bar{X} = 3.93$, $SD = 0.75$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ท่านทำให้สมาชิกที่สำคัญในบริษัทเกิดความกระตือรือร้นต่อแนวคิดเชิงนวัตกรรมของท่าน ($\bar{X} = 3.87$, $SD = 0.76$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ระดับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการทำให้เป็นจริง

3. การทำให้เป็นจริง	\bar{X}	SD	แปลผล
3.1 ท่านนำความคิดเชิงนวัตกรรมไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน	3.97	0.79	มาก
3.2 ท่านนำแนวคิดเชิงนวัตกรรมของท่านไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของการทำงานอย่างเป็นระบบ	3.95	0.77	มาก
3.3 ท่านสามารถประเมินได้ว่าความคิดเชิงนวัตกรรมของท่านก่อให้เกิดประโยชน์เพียงใด	3.89	0.78	มาก
รวม	3.93	0.59	มาก

จากตารางที่ 4.11 วิเคราะห์ระดับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการทำให้เป็นจริง ในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, $SD = 0.59$) และรายชื่อที่อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านนำความคิดเชิงนวัตกรรมไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน ($\bar{X} = 3.97$, $SD = 0.79$) รองลงมาคือ ท่านนำแนวคิดเชิงนวัตกรรมของท่านไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของการทำงานอย่างเป็นระบบ ($\bar{X} = 3.95$, $SD = 0.77$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ท่านสามารถประเมินได้ว่าความคิดเชิงนวัตกรรมของท่านก่อให้เกิดประโยชน์เพียงใด ($\bar{X} = 3.89$, $SD = 0.78$) ตามลำดับ

4.4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 4.12 - 4.15

ตารางที่ 4.12 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ในภาพรวม

บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม	พฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (ภาพรวม)		
	r	Sig	ความสัมพันธ์
1. ปรัชญาองค์การ	.38**	.00	ปานกลาง
2. การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา	.60**	.00	ปานกลาง
3. การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน	.59**	.00	ปานกลาง
4. การสนับสนุนด้านทรัพยากร	.58**	.00	ปานกลาง
5. ความยืดหยุ่นในการทำงาน	.66**	.00	ปานกลาง
ภาพรวม	.75**	.00	มาก

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ด้านภาพรวมของความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย มีความสัมพันธ์และเป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับมาก ($r = .75$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกันลำดับแรกคือ ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน ($r = .66$) รองลงมา คือ ด้านการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา ($r = .60$) ด้านการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน ($r = .59$) ด้านการสนับสนุนด้านทรัพยากร ($r = .58$) และด้านปรัชญาองค์การ ($r = .38$) ซึ่งทุก ๆ ด้านของการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับภาพรวมของพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมในระดับปานกลางทุกด้าน และเป็นไปในทิศทางเดียวกันซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01

ตารางที่ 4.13 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการสร้างความคิด

บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม	พฤติกรรมปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (ด้านการสร้างความคิด)		
	r	Sig	ความสัมพันธ์
1. ปรัชญาองค์กร	.22 ^{**}	.00	ต่ำ
2. การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา	.50 ^{**}	.00	ปานกลาง
3. การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน	.52 ^{**}	.00	ปานกลาง
4. การสนับสนุนด้านทรัพยากร	.53 ^{**}	.00	ปานกลาง
5. ความยืดหยุ่นในการทำงาน	.59 ^{**}	.00	ปานกลาง
ภาพรวม	.62^{**}	.00	ปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ด้านการสร้างความคิดของความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย มีความสัมพันธ์และเป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ($r = .62$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และเป็นไปในทิศทางเดียวกันลำดับแรกคือ ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน ($r = .59$) รองลงมา คือ ด้านการสนับสนุนด้านทรัพยากร ($r = .53$) ด้านการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน ($r = .52$) และด้านการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา ($r = .50$) ซึ่งทุก ๆ ด้านของการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ด้านการสร้างความคิดของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในระดับปานกลางเกือบทุกด้านยกเว้น ด้านปรัชญาองค์กร ($r = .22$) มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกันซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01

ตารางที่ 4.14 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมกาปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการสนับสนุนความคิด

บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม	พฤติกรรมกาปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (ด้านการสนับสนุนความคิด)		
	r	Sig	ความสัมพันธ์
1. ปรัชญาองค์การ	.37**	.00	ปานกลาง
2. การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา	.50**	.00	ปานกลาง
3. การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน	.45**	.00	ปานกลาง
4. การสนับสนุนด้านทรัพยากร	.46**	.00	ปานกลาง
5. ความยืดหยุ่นในการทำงาน	.51**	.00	ปานกลาง
ภาพรวม	.61**	.00	ปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ด้านการสนับสนุนความคิดของความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมกาปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ($r = .61$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ลำดับแรกคือ ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน ($r = .51$) ด้านการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา ($r = .50$) ด้านการสนับสนุนด้านทรัพยากร ($r = .46$) ด้านการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน ($r = .45$) และด้านปรัชญาองค์การ ($r = .37$) ซึ่งทุก ๆ ด้านของการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ด้านการสนับสนุนความคิดของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในระดับปานกลางทุกด้าน และเป็นไปในทิศทางเดียวกันซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01

ตารางที่ 4.15 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้านการทำความคิดให้เป็นจริง

บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม	พฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม (ด้านการทำความคิดให้เป็นจริง)		
	r	Sig	ความสัมพันธ์
1. ปรัชญาองค์กร	.33**	.00	ปานกลาง
2. การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา	.49**	.00	ปานกลาง
3. การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน	.50**	.00	ปานกลาง
4. การสนับสนุนด้านทรัพยากร	.47**	.00	ปานกลาง
5. ความยืดหยุ่นในการทำงาน	.54**	.00	ปานกลาง
ภาพรวม	.62**	.00	ปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ด้านการทำความคิดให้เป็นจริงของความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ($r = .62$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ลำดับแรกคือ ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน ($r = .54$) ด้านการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน ($r = .50$) ด้านการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา ($r = .49$) ด้านการสนับสนุนด้านทรัพยากร ($r = .47$) และด้านปรัชญาองค์กร ($r = .33$) ซึ่งทุก ๆ ด้านของการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม มีความสัมพันธ์ด้านการทำความคิดให้เป็นจริงของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในระดับปานกลางทุกด้าน และเป็นไปในทิศทางเดียวกันซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับการเชื่อมโยงพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

โดยสำรวจกลุ่มตัวอย่างจากพนักงานในแผนกวิจัย จำนวน 385 คน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง นำมารายงานผล โดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่ออธิบายลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลจากกลุ่มตัวอย่าง และทดสอบสมมติฐานโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ดังต่อไปนี้โดยจะนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 57.40 มีอายุอยู่ในช่วง 26-30 ปี มากที่สุด จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 40.79 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 52.99 และตำแหน่งงานกลุ่มพนักงาน/เจ้าหน้าที่ มากที่สุด 228 คน คิดเป็นร้อยละ 59.22 ตามลำดับ

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยในภาพรวม

ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยการสนับสนุนด้านทรัพยากร มากที่สุด รองลงมาคือ การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา ความยืดหยุ่นในการทำงาน และปรัชญาองค์กร น้อยที่สุด

5.1.3 ผลการวิเคราะห์ระดับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ในภาพรวม

ระดับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยการสนับสนุนความคิด มากที่สุด รองลงมาคือ การทำความคิดให้เป็นจริง และการสร้างความคติน้อยที่สุด

5.1.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยครั้งนี้ ได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จากการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานได้ผลดังนี้

ด้านภาพรวมของความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย มีความสัมพันธ์และเป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกันลำดับแรกคือ ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน รองลงมา คือ ด้านการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา ด้านการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน ด้านการสนับสนุนด้านทรัพยากร และด้านปรัชญาองค์กร ซึ่งทุก ๆ ด้านของการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับภาพรวมของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในระดับปานกลางทุกด้าน และเป็นไปในทิศทางเดียวกันซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01

ด้านการสร้างความคิดของความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย มีความสัมพันธ์และเป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกันลำดับแรกคือ ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน รองลงมา คือ ด้านการสนับสนุนด้านทรัพยากร ด้านการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน และด้านการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา ซึ่งทุก ๆ ด้านของ

การสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ด้านการสร้างความคิดของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในระดับปานกลางเกือบทุกด้านยกเว้น ด้านปรัชญาองค์การ มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกันซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01

ด้านการสนับสนุนความคิดของความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกันลำดับแรกคือ ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน ด้านการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา ด้านการสนับสนุนด้านทรัพยากร ด้านการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน และด้านปรัชญาองค์การ ซึ่งทุก ๆ ด้านของการสร้างบรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมมีความสัมพันธ์ด้านการสนับสนุนความคิดของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในระดับปานกลางทุกด้าน และเป็นไปในทิศทางเดียวกันซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01

ด้านการทำความเข้าใจให้เป็นจริงของความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกันลำดับแรกคือ ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน ด้านการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน ด้านการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา ด้านการสนับสนุนด้านทรัพยากร และด้านปรัชญาองค์การ ซึ่งทุก ๆ ด้านของการสร้างบรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมมีความสัมพันธ์ด้านการทำความเข้าใจให้เป็นจริงของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในระดับปานกลางทุกด้าน และเป็นไปในทิศทางเดียวกันซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษางานวิจัยเรื่อง การสร้างบรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมกับการเชื่อมโยงพฤติกรรม การปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

5.2.1 ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรม เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

จากผลการวิจัยระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมของพนักงาน อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยการ สนับสนุนด้านทรัพยากร มากที่สุด เนื่องจากบริษัทได้มีนโยบายการบริหารด้านการส่งเสริมบรรยากาศ ในการสร้างนวัตกรรม โดยพนักงานสามารถใช้งานอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อทำ

ให้ความคิดใหม่ ๆ ของพนักงานนำไปใช้ได้จริง พนักงานจะได้รับการสนับสนุนทรัพยากรใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ค้นคิดแนวทางการค้นหาวิธีการทำงานรูปแบบใหม่ ๆ และพนักงานสามารถเข้าถึงข้อมูล และทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับงานที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ คล้ายกับแนวความคิดของ Isaksen & Ekvall (2010) ได้ให้ความหมายว่า การสร้างบรรยากาศการสนับสนุนนวัตกรรมภายในองค์กร เป็นสิ่งที่ทำหายสำหรับผู้นำและการบริหารองค์กรเป็นอย่างมาก ซึ่งบรรยากาศในองค์กรที่สนับสนุน นวัตกรรมเป็นสิ่งที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการเปลี่ยนแปลง ยังสอดคล้องกับกับแนวคิดของ Scott & Bruce (1994) ได้ให้ความหมายว่า การสนับสนุนให้สมาชิกทำงานอย่างอิสระในการแสวงหา แนวคิดใหม่ ยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคลและจัดสรรทรัพยากร เช่น อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกต่อการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ทำให้พนักงานมีแรงจูงใจที่สูงขึ้นในการสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พิมพ์ลภัส มาแก้ว (2564) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการ ทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย: บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหล ในงานแบบกลมกลืน ผลการศึกษาพบว่า ระดับของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอยู่ในระดับสูง และ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เกียรติศักดิ์ ศุภรัตน์ และกล้าหาญ ณ น่าน (2566) ศึกษาเรื่อง สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ในการทำงานของข้าราชการครู ประถมศึกษา ผลการศึกษา พบว่า สภาพแวดล้อมในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับสูงมาก และ พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการทำงานอยู่ในระดับมาก

5.2.2 ระดับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

จากผลการวิจัยระดับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรม เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยการสนับสนุน ความคิด มากที่สุด เนื่องจากพนักงานสามารถโน้มน้าวให้คนในบริษัทสนับสนุนแนวคิดเชิงนวัตกรรม ของพนักงานได้ พนักงานได้รับการสนับสนุนให้เสนอแนวคิดให้เกิดนวัตกรรมในการทำงานใหม่ ๆ อยู่เสมอ และพนักงานสามารถทำให้สมาชิกที่สำคัญในบริษัทเกิดความกระตือรือร้นต่อแนวคิด เชิงนวัตกรรมของพนักงานคนนั้น ๆ ตามแนวความคิดของ Scott & Bruce (1994) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมเป็นพฤติกรรมที่ประกอบด้วย การสร้างสรรค์ความคิดใหม่ การสนับสนุนแนวคิดภายในองค์กร และช่วยให้สามารถนำแนวคิดเหล่านั้นไปปฏิบัติให้เกิดขึ้น ดังนั้น ความคิดสร้างสรรค์จึงถือเป็นรากฐานในกระบวนการแรกคือการสร้างความคิดของพฤติกรรม การปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม Van de Ven (1986) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกียรติศักดิ์ ศุภรัตน์

และ กล้าหาญ ณ น่าน (2566) ศึกษาเรื่อง สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการทำงานของข้าราชการครูประถมศึกษา ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการทำงานอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นัฐกานต์ ฐิติจำเริญพร และกัลยทิติ กิระติอังกูร (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานองค์การธุรกิจของบริษัทโตโยต้า ไคฮัทสึ เอ็นจีเนียริง แอนด์ แมนูแฟคเจอร์ริง จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานองค์การโดยภาพรวมมีความสำคัญระดับสูงที่สุด ได้แก่ พฤติกรรมการค้นหาโอกาส รองลงมาได้แก่ ด้านความมีนวัตกรรมของพนักงาน ด้านความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน และด้านพฤติกรรมปฏิบัติงานเชิงรุก ตามลำดับ

5.2.3 สมมติฐานการวิจัย

การสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่าในภาพรวมมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับมาก เนื่องจากบริษัทมีนโยบายในการส่งเสริมให้พนักงานเกิดพฤติกรรมปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ได้แก่ การที่ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานสนับสนุนให้พนักงานเกิดพฤติกรรมปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม บริษัทมีการจัดการประชุมเพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีโอกาสในการแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาบริษัท อีกทั้งบริษัทยังเปิดโอกาสให้พนักงานมีความยืดหยุ่นในการทำงาน สามารถออกแบบการทำงานด้วยตนเอง และบริษัทให้การสนับสนุนด้านทรัพยากรแก่พนักงาน เช่น พนักงานสามารถใช้งานอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้ความคิดใหม่ ๆ ของพนักงานนำไปใช้ได้จริง สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพ์ลภัส มาแก้ว (2564) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย: บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน ผลการศึกษาพบว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ibrahim et al. (2018) ซึ่งศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในงานของวิศวกรในโรงงานประเทศมาเลเซีย จำนวน 309 คน พบว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรด้านการสนับสนุนนวัตกรรมและวัฒนธรรมองค์การที่มุ่งเน้นผลการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่ Kim et al. (2021) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรม

เชิงนวัตกรรมของพนักงานจากหลากหลายองค์การจำนวน 94 แห่งผลการวิจัยพบว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการวิจัยนี้นำเสนอแนวทางในการดำเนินงาน การกำหนดนโยบาย ในการสร้างบรรยากาศส่งเสริมนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมให้พนักงานเกิดพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

1) จากผลการวิจัยพบว่า ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่ต่ำที่สุดคือ ปรัชญาองค์การ ดังนั้น บริษัทในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยควรมีนโยบายที่ชัดเจนและประกาศให้พนักงานทุกคนรับทราบตรงกัน ในประเด็นเรื่องการสนับสนุนให้พนักงานเรียนรู้จากข้อผิดพลาดในอดีตและลงมือทำใหม่อีกครั้ง ควรมีการชื่นชมพนักงานที่มีนวัตกรรมและกล้าเปลี่ยนแปลง และให้รางวัลแก่พนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเป็นการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานต่อไป

2) จากผลการวิจัยพบว่า ระดับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่ต่ำที่สุดคือ การสร้างความคิด ดังนั้น บริษัทในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยควรมีนโยบายในการส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ในประเด็นเรื่อง การเปิดโอกาสพนักงานสามารถเสนอแนะแนวคิดใหม่ ๆ หรือร่วมกันหาทางออกในการแก้ปัญหาต่อผู้บริหาร เพื่อส่งเสริมให้พนักงานสามารถแสวงหาวิธีการ เทคนิค หรือเครื่องมือใหม่ ๆ ในการทำงานเมื่อเผชิญกับสถานการณ์ที่ยากลำบากในการทำงาน และสามารถหาทางออกใหม่ ๆ ให้กับปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน

3) จากผลการวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม พบว่า ในภาพรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน ดังนั้น บริษัทควรมีนโยบายที่ส่งเสริมเรื่องการยืดหยุ่นในการทำงานให้กับพนักงานในบริษัท ส่งเสริมให้พนักงานออกแบบรูปแบบการทำงานให้สำเร็จลุล่วงด้วยวิธีการของพนักงานเอง ให้อิสระในการทำงานและมอบหมายงานที่มีความท้าทายให้กับพนักงาน โดยสามารถปรับรูปแบบการทำงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์ พร้อมเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถแสดงออกซึ่งความคิดสร้างสรรค์ผ่านการทำงานได้อย่างเต็มที่ และด้านการสร้างความคิดมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ ดังนั้น ทางบริษัทควรให้ตัวเลือกทางโอกาสกับพนักงานและสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์เชิง

นวัตกรรมของพนักงาน เช่น บริษัทควรให้รางวัลแก่พนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ โดยประเมินจากผลการปฏิบัติงานเพื่อเป็นการกระตุ้นให้พนักงานปรับปรุงพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในองค์กร

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรศึกษาปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

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

บรรณานุกรม

- เกียรติศักดิ์ สุภรัตน์ และกล้าหาญ ณ น่าน. (2566). **สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การสร้างนวัตกรรม ในการทำงานของข้าราชการครูประถมศึกษา**. วารสารวิชาการการตลาด และการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปีที่ 10 (ฉบับที่ 1) หน้า 20-35.
- นัฐกานต์ จิตใจเจริญพร และกัลยกิตติ์ กิรติอังกูร. (2561). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิง นวัตกรรมของพนักงานองค์การธุรกิจของ บริษัทโตโยต้า ไคฮัทสึ เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมนู แฟคเจอร์ริง จำกัด**. Veridian E Journal Silapakorn University ฉบับภาษาไทย สาขา มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2561) 651-669.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2553). **สถิติวิเคราะห์เพื่อการวิจัย**. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: จามจุรี โปรตัก.
- ปัทมา ศรีมณี และวิษณุพงษ์ โพธิพิรุฬห์. (2562). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์ นวัตกรรม ระดับบุคคล : กรณีศึกษาพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (วิทยาเขต หาดใหญ่)**. "วิทยานิพนธ์ คณะวิทยาการจัดการ ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- พรธณี ลีกิจวัฒน์. (2558). **วิธีการวิจัยทางการศึกษา**. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์.
- พิมพ์ลภัส มาแก้ว (2564). **ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การกับ พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย: บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน**. วิทยานิพนธ์ คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ สถาบันบัณฑิตพัฒน บริหารศาสตร์.
- ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์. (2562). **สถิติสำหรับการวิจัยและเทคนิคการใช้ SPSS**. ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.
- วัลลภ วรรณโอสถ และประสพชัย พสุนนท์. (2562). **บรรยากาศการสร้างนวัตกรรมที่ส่งผล ต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขต**

กรุงเทพมหานคร. Veridian E Journal Silapakorn University สาขามนุษยศาสตร์
สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 846-858.

วิจัยกรุงศรี. (2564). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2564-2566: อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์.
สืบค้น 1 กรกฎาคม 2566, จาก [https://www.krungsri.com/th/research/industry/
industry-outlook/hi-tech-industries/electronics/io/io-Electronics-21](https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/hi-tech-industries/electronics/io/io-Electronics-21)

บรรณานุกรม (ต่อ)

ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2556). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ (พิมพ์ครั้งที่ 24). กรุงเทพฯ
: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศูนย์ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์. (2566). ภาวะอุตสาหกรรมไฟฟ้าและ
อิเล็กทรอนิกส์. สืบค้น 20 กรกฎาคม 2566 จาก
[https://eiu.thaieei.com/Content/box/
Outlook/180/
EIU%20OUTLOOK%20Sep%202023_2023-09-25_083442011.pdf](https://eiu.thaieei.com/Content/box/Outlook/180/EIU%20OUTLOOK%20Sep%202023_2023-09-25_083442011.pdf)

สรชัย พิศาลบุตร (2555). วิธีวิจัยเชิงปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: บริษัทวิทยพัฒน์.

สุขมงคล เลิศภิรมย์สุข และทิพย์รัตน์ เลหาวิเชียร. (2565). อิทธิพลของบรรยากาศองค์การเชิง
นวัตกรรมที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม การทำงาน ผ่านความสุขในการ
ทำงาน และมีรุ่นอายุของพนักงานเป็นตัวแปรกำกับ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคม
ศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี, ปีที่ 16 (ฉบับที่ 2) หน้า 135-146.

ภาษาต่างประเทศ

Agarwal, J., & Malloy, D. C. (1999). **Ethical work climate dimensions in a not-for-profit organization: An empirical study.** Journal of business ethics, 20(1), 1-14.

Akram, T., Lei, S., Haider, M. J., & Hussain, S. T. (2018). **Exploring the impact of knowledge sharing on the innovative work behavior of employees: A study in China.** International Business Research, 11(3), 186-194.

Amabile, T.M. (1988). **A Model of Creativity and Innovation in Organizations.** In: Staw, B.M. and Cummings, L.L., Eds., Research on Organizational Behavior, JAI Press, Greenwich, 123-167.

- Amabile, T.M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J. & Herron, M. (1996). **Assessing the Work Environment for Creativity**. *Academy of Management Journal*, 39, 1154-1184.
- Anderson, N., & West, M. A. (1998). **Measuring climate for work group innovation: Development and validation of the team climate inventory**. *Journal of Organizational Behavior*, 19(3), 235–258.
- Bos-Nehles A. C., Veenendaal A. A. (2019). **Perceptions of HR practices and innovative work behavior: The moderating effect of an innovative climate**. *The International Journal of Human Resource Management*, 30(18), 2661–2683.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Bos-Nehles A. C., Veenendaal A. A. (2019). **Perceptions of HR practices and innovative work behavior: The moderating effect of an innovative climate**. *The International Journal of Human Resource Management*, 30(18), 2661–2683.
- Carimeli, A., & Spreitzer, G. M. (2009). **Trust, connectivity, and thriving: Implications for innovative behaviors at work**. *Journal of Creative Behavior*, 43(3), 169–191.
- Chang, J.-C., & Yang, Y.-L. (2012). **The effect of organization's innovational climate on student's creative self-efficacy and innovative behavior**. *Business & Entrepreneurship Journal*, 1(1), 75-100.
- Chou, C.-M., Hsiao, H.-C., Shen, C.-H., & Chen, S.-C. (2010). **Analysis of Factors in Technological and Vocational School Teachers' Perceived Organizational Innovative Climate and Continuous Use of E-Teaching: Using Computer SelfEfficacy as an Intervening Variable**. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 9(4), 35-48
- Cochran, W.G. (1953). **Sampling Techniques**. New York : John Wiley & Sons, Inc.
- De Jong, J., & Den Hartog, D. N. (2008). **Innovative work behavior: Measurement and validation**. *EIM Business and Policy Research*, 8(1), 1-27.

- Ekvall, G. & Ryhammar, L. (1999). **The Creative Climate: Its Determinants and Effects at a Swedish University.** *Creativity Research Journal*, 12, 303-310.
- Fan, H. L., Chang, P. F., Albanese, D., Wu, J. J., Yu, M. J., & Chuang, H. J. (2016). **Multilevel Influences of Transactive Memory Systems on Individual Innovative Behavior and Team Innovation.** *Thinking Skills & Creativity*, 19, 49-59.
- Hsu, M. L., & Chen, F. H. (2017). **The cross-level mediating effect of psychological capital on the organizational innovation climate–employee innovative behavior relationship.** *The Journal of Creative Behavior*, 51(2), 128-139.
- Hsu, M., & Fan, H. (2010). **Organizational innovation climate and creative outcomes: exploring the moderating effect of time pressure.** *Creativity Research Journal*. 22, 378–386.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Huang, P. (2017). **A framework for research and practice: relationship among authentic leadership, employee well-being, organizational innovative climate and innovative behavior.** *Open Journal of Leadership*, 6(3), 126-134.
- Ibrahim, H. I., Mohamad, W. M. W., & Shah, K. A. M. (2018). **Organizational innovative climate as a predictor of innovative behaviour among engineers in the electrical and electronic manufacturing industry.** *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7, 1-14.
- Isaksen, S. G., & Ekvall, G. (2010). **Managing for innovation: The two faces of tension in creative climates.** *Creativity and innovation management*, 19(2), 73-88
- Janssen, O. (2000). **Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour.** *Journal of Occupational and organizational psychology*, 73(3), 287-302.
- Janssen, O. (2004). **How fairness perceptions make innovative behavior more or less stressful.** *Journal of Organizational Behavior*, 25(2), 201 – 215.

- Janssen, O. (2005). **The joint impact of perceived influence and supervisor supportiveness on employee innovative behaviour.** *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78(4), 573–579.
- Kanter, R. M. (1988). **When a thousand flowers bloom: Structural, collective, and social conditions for innovation in organization.** *Research in Organizational Behavior*, 10, 169-211.
- Kim, T.-Y., Wang, X., Schuh, S. C., & Liu, Z. (2021). **Organizational innovative climate and employee innovative behavior.** Paper presented at the Academy of Management Proceedings.
- Kline, R. B. (2011). **Methodology in the Social Sciences.** Principles and practice of structural equation modeling (3rd ed.). Guilford Press.
- Liu, F., Chow, I. H.-S., Zhang, J.-C., & Huang, M. (2019). **Organizational innovation climate and individual innovative behavior: exploring the moderating effects of psychological ownership and psychological empowerment.** *Review of Managerial Science*, 13(4), 771-789.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Mashaal A, M. and Saleh B. (2022). **Entrepreneurial leadership and employees' innovative behavior: A sequential mediation analysis of innovation climate and employees' intellectual agility** September 2022. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4):100255
- Nijenhusi, K. (2015). **Impact factors for employee innovative work behavior in the public sector the case of the dutch fire department.** (Master thesis). Enschede: University of Twente School of Management & Governance.
- Oldham, G. R., & Cummings, A. (1996). **Employee Creativity: Personal and Contextual Factors at Work.** *Academy of Management Journal*, 39, 607-634.
- Özarall, N. (2015). **Linking Empowering Leader to Creativity: The Moderating Role of Psychological (Felt) Empowerment,** (Online), *International Conference on Leadership, Technology and Innovation Management, Procedia - Social and Behavioral Sciences*, htm. 447-454.

- Ren, F. F., & Zhang, J. H. (2015). **Job Stressors, Organizational Innovation Climate, and Employees' Innovative Behavior**. *Creativity Research Journal*, 27, 16-23.
- Santos, J.B., & Brito, L. A. L. (2012). **Toward a Subjective Measurement Model for Firm Performance**. *Brazilian Administrative Review*, 9(6), 95-117
- Schneider, B., & Reichers, A. E. (1983). **On the etiology of climates**. *Personnel psychology*, 36(1), 19-39.
- Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). **Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace**. *Academy of management journal*, 37(3), 580-607.
- Shanker, R., Bhanugopan, R., Van der Heijden, B. I., & Farrell, M. (2017). **Organizational climate for innovation and organizational performance: The mediating effect of innovative work behavior**. *Journal of vocational behavior*, 100, 67-77.
- Sternberg, R. J. (2001). **What is the common thread of creativity? Its dialectical relation to intelligence and wisdom**. *American Psychologist*, 56(4), 360.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Taro Yamane. (1973). **Statistics: an introductory analysis**. New York: New York: Harper & Row.
- Tewari, R. (2011). **Individual Innovation and Organizational Success: Theoretical Perspective**. *Review of Management*, 1.
- Tuominen, T., & Toivonen, M. (2011). **Studying innovation and change activities in KIBS through the lens of innovative behaviour**. *International Journal of Innovation Management*, 15(2), 393-422.
- Van de Ven, A. H. (1986). **Central problems in the management of innovation**. *Management science*, 32(5), 590-607.
- Van Den Hooff, B., & De Ridder, J. A. (2004). **Knowledge sharing in context: the influence of organizational commitment, communication climate and CMC use on knowledge sharing**. *Journal of knowledge management*, 8(6), 117-130.

- Yu, C., Yu, T. F., & Yu, C. C. (2013). **Knowledge Sharing, Organizational Climate, and Innovative Behavior: A Cross-Level Analysis of Effects**. *Social Behavior & Personality An International Journal*, 41, 143-156(14).
- Yuan, F., & Woodman, R. W. (2010). **Innovative Behavior in the Workplace: The Role of Performance and Image Outcome Expectations**. *Academy of Management Journal*, 53, 323-342.
- Yuyan Luo, Zhi Cao, Lu Yin, Huiqin Zhang & Zhong Wang. (2018). **Relationship between Extraversion and Employees' Innovative Behavior and Moderating Effect of Organizational Innovative**. *Climate Neuroquantology*, 16 (6)186-194.
- Zhang, G., Zhang, X. and Wang, Y. (2022), **"Perceived insider status and employees' innovative behavior: the role of knowledge sharing and organizational innovation climate"**. *European Journal of Innovation Management*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับการเชื่อมโยงพฤติกรรมการทำงาน
เชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริม
นวัตกรรมกับพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและ
อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

การตอบแบบสอบถามจะไม่กระทบต่อตัวท่านและการประมวลผลจะทำในภาพรวม ผู้วิจัย
จะปกปิดข้อมูลเป็นความลับ จึงขอความกรุณาจากท่านโปรดตอบแบบสอบถามอย่างครบถ้วนและ
ชัดเจน ผู้จัดทำขอขอบพระคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณา
จากท่าน

อารณีย์ อินฟ้าแสง

ผู้วิจัย

e-mail : arinfa@rpu.ac.th

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

- | | | |
|-------------|----------------------|---------------------|
| 1. เพศ | () 1. ชาย | () 2. หญิง |
| 2. อายุ | () 1. ต่ำกว่า 26 ปี | () 2. 26-30 ปี |
| | () 3. 31-40 ปี | () 4. 41-50 ปี |
| | () 51 ปีขึ้นไป | |
| 3. การศึกษา | () 1. ปริญญาตรี | () 2. ปริญญาโท |
| | () 3. ปริญญาเอก | () 4. อื่น ๆ |

4. ตำแหน่งงาน () 1. กลุ่มพนักงาน/เจ้าหน้าที่
 () 2. กลุ่มผู้บริหารระดับต้น/หัวหน้างาน
 () 3. กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง/ระดับสูง

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน เพื่อแสดงถึงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคำถามเกี่ยวกับบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมตามความคิดเห็นของท่าน

บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1) ปรัชญาองค์กร (Organizational Philosophy)					
1. บริษัทของท่านสนับสนุนให้พนักงานเรียนรู้จากข้อผิดพลาดในอดีตและลงมือทำใหม่อีกครั้ง					
2. บริษัทของท่านชื่นชมพนักงานที่มีนวัตกรรมและกล้าเปลี่ยนแปลง					
3. บริษัทของท่านให้รางวัลแก่พนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์					
2) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา					
1. หัวหน้าของท่านเคารพและยอมรับความคิดเห็นและการเห็นต่างของผู้ใต้บังคับบัญชา					
2. หัวหน้าของท่านสนับสนุนให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีความคิดในการปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น					
3. หัวหน้าของท่านให้การสนับสนุนงานที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของผู้ใต้บังคับบัญชา					
3) การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน					
1. เพื่อนร่วมงานของท่านคอยช่วยเหลือและร่วมมือกันในการทำงานอยู่เสมอ					

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม (ต่อ)

บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2. เพื่อนร่วมงานของท่านยินดีที่จะแบ่งปันเคล็ดลับและเทคนิคในการทำงานให้แก่ผู้อื่น					
3. เพื่อนร่วมงานของท่านมีการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องงานอยู่เสมอ					
4. เพื่อนร่วมงานของท่านมักจะให้คำแนะนำแก่ท่าน เมื่อท่านมีความคิดใหม่ ๆ					
4) การสนับสนุนด้านทรัพยากร					
1. ท่านสามารถใช้งานอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อทำให้ความคิดใหม่ ๆ ของท่านนำไปใช้ได้จริง					
2. ท่านได้รับการสนับสนุนทรัพยากรใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ค้นคิดแนวทางการค้นหาวิธีการทำงานรูปแบบใหม่ ๆ					
3. ท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลและทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับงานที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์					
5) ความยืดหยุ่นในการทำงาน					
1. ท่านสามารถทำงานให้สำเร็จลุล่วงด้วยวิธีการของตนเอง					
2. งานของท่านมีความท้าทายเป็นอย่างมาก					
3. ท่านมีอิสระในการทำงานตามความเหมาะสมกับสถานการณ์					
4. ท่านแสดงความคิดสร้างสรรค์ผ่านการทำงานได้อย่างเต็มที่					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง เพื่อแสดงถึงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ
พฤติกรรมกรปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ตามความคิดเห็นของท่าน

พฤติกรรมกรปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1) การสร้างความคิด					
1. ท่านเสนอแนะแนวคิดใหม่ ๆ ต่อผู้บริหาร เมื่อเผชิญกับสถานการณ์ที่ยากลำบากในการทำงาน					
2. ท่านมักจะแสวงหาวิธีการ เทคนิค หรือเครื่องมือใหม่ ๆ ในการทำงาน					
3. ท่านมักหาทางออกใหม่ ๆ ให้กับปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน					
2) การสนับสนุนความคิด					
1. ท่านโน้มน้าวให้คนในบริษัทสนับสนุนแนวคิดเชิงนวัตกรรมของท่าน					
2. ท่านได้รับการสนับสนุนให้เสนอแนวคิดให้เกิดขึ้นนวัตกรรมในการทำงานใหม่ ๆ อยู่เสมอ					
3. ท่านทำให้สมาชิกที่สำคัญในบริษัทเกิดความกระตือรือร้นต่อแนวคิดเชิงนวัตกรรมของท่าน					
3) การทำความคิดให้เป็นจริง					
1. ท่านนำความคิดเชิงนวัตกรรมไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน					
2. ท่านนำแนวคิดเชิงนวัตกรรมของท่านไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของการ ทำงานอย่างเป็นระบบ					
3. ท่านสามารถประเมินได้ว่าความคิดเชิงนวัตกรรมของท่านก่อให้เกิดประโยชน์เพียงใด					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

☺ ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับลักษณะ
ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย (IOC: Index of Item – Objective Congruence)

1. ดร.เพียงใจ คงพันธ์
ตำแหน่ง อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
2. ดร.อินทิรา มีอินทร์เกิด
ตำแหน่ง ผู้ช่วยคณบดี คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยธนบุรี
3. ดร.วิทัศน์ ศรีสุวรรณเกศ
ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ
บริษัทซีเจเคอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

คำดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จากการประเมินแบบสอบถาม

เรื่อง การสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับการเชื่อมโยงพฤติกรรมการทำงาน
เชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ ในประเทศไทย

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม

ข้อความ	คะแนน			ค่า IOC
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
1) ปรัชญาองค์กร (Organizational Philosophy)				
1. บริษัทของท่านสนับสนุนให้พนักงานเรียนรู้จากข้อผิดพลาดในอดีตและลงมือทำใหม่อีกครั้ง	+1	+1	+1	1
2. บริษัทของท่านชื่นชมพนักงานที่มีนวัตกรรมและกล้าเปลี่ยนแปลง	+1	+1	+1	1
3. บริษัทของท่านให้รางวัลแก่พนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์	+1	+1	+1	1
2) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา				
1. หัวหน้าของท่านเคารพและยอมรับความคิดเห็นและการเห็นต่างของผู้ใต้บังคับบัญชา	+1	+1	+1	1
2. หัวหน้าของท่านสนับสนุนให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีความคิดในการปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น	+1	+1	+1	1
3. หัวหน้าของท่านให้การสนับสนุนงานที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของผู้ใต้บังคับบัญชา	+1	+1	+1	1
3) การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน				
1. เพื่อนร่วมงานของท่านคอยช่วยเหลือและร่วมมือกันในการทำงานอยู่เสมอ	+1	+1	+1	1
2. เพื่อนร่วมงานของท่านยินดีที่จะแบ่งปันเคล็ดลับและเทคนิคในการทำงานให้แก่ผู้อื่น	+1	+1	+1	1
3. เพื่อนร่วมงานของท่านมีการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องงานอยู่เสมอ	+1	+1	+1	1

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม (ต่อ)

ข้อความคำถาม	คะแนน			ค่า IOC
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
4. เพื่อนร่วมงานของท่านมักจะให้คำแนะนำแก่ท่านเมื่อท่านมีความคิดใหม่ ๆ	+1	+1	+1	1
4) การสนับสนุนด้านทรัพยากร				
1. ท่านสามารถใช้งานอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้ความคิดใหม่ ๆ ของท่านนำไปใช้ได้จริง	+1	+1	+1	1
2. ท่านได้รับการสนับสนุนทรัพยากรใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ค้นคิดแนวทางการค้นหาวิธีการทำงานรูปแบบใหม่ ๆ	+1	+1	+1	1
3. ท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลและทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับงานที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์	+1	+1	+1	1
5) ความยืดหยุ่นในการทำงาน				
1. ท่านสามารถทำงานให้สำเร็จลุล่วงด้วยวิธีการของท่านเอง	+1	+1	+1	1
2. งานของท่านมีความท้าทายเป็นอย่างมาก	+1	+1	+1	1
3. ท่านมีอิสระในการทำงานตามความเหมาะสมกับสถานการณ์	+1	0	+1	0.66
4. ท่านแสดงความคิดสร้างสรรค์ผ่านการทำงานได้อย่างเต็มที่	+1	+1	+1	1

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม

ข้อคำถาม	คะแนน			ค่า IOC
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
1) การสร้างความคิด				
1. ท่านเสนอแนะแนวคิดใหม่ ๆ ต่อผู้บริหาร เมื่อเผชิญกับสถานการณ์ที่ยากลำบากในการทำงาน	+1	+1	+1	1
2. ท่านมักจะแสวงหาวิธีการ เทคนิค หรือเครื่องมือใหม่ ๆ ในการทำงาน	+1	+1	+1	1
3. ท่านมักหาทางออกใหม่ ๆ ให้กับปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน	+1	+1	+1	1
2) การสนับสนุนความคิด				
1. ท่านโน้มน้าวให้คนในบริษัทสนับสนุนแนวคิดเชิงนวัตกรรมของท่าน	+1	+1	+1	1
2. ท่านได้รับการสนับสนุนให้เสนอแนวคิดให้เกิดนวัตกรรมในการทำงานใหม่ ๆ อยู่เสมอ	+1	0	+1	0.66
3. ท่านทำให้สมาชิกที่สำคัญในบริษัทเกิดความกระตือรือร้นต่อแนวคิดเชิงนวัตกรรมของท่าน	+1	+1	+1	1
3) การทำความคิดให้เป็นจริง				
1. ท่านนำความคิดเชิงนวัตกรรมไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน	+1	+1	+1	1
2. ท่านนำแนวคิดเชิงนวัตกรรมของท่านไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของการ ทำงานอย่างเป็นระบบ	+1	+1	+1	1
3. ท่านสามารถประเมินได้ว่าความคิดเชิงนวัตกรรมของท่านก่อให้เกิดประโยชน์เพียงใด	+1	+1	+1	1

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาภรณ์ อินฟ้าแสง
วัน เดือน ปีเกิด	16 พฤษภาคม 2521
ภูมิลำเนา	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปริญญารัฐศาสตร์บัณฑิต, 2543 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, 2551 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต, 2564
ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน	คณบดีคณะบริหารธุรกิจ ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ประสบการณ์ทำงาน	ผู้อำนวยการสำนักพัฒนานิสิต มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ 2557-2565