

พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของบุคลากรในมหาวิทยาลัย จังหวัดสงขลา

กนกนาฏ เอียดมาก, กนกวรรณ สุขโณ, จุฑาทิพย์ แดงเหมือน, สาวิตรี วงศ์งาม, วรรณภรณ์ บริพันธ์ และ สันชัย ลั้งแทกุล

สาขาบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณมหาวิทยาลัยทักษิณ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

sunchai.l@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ 2) ศึกษาพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของบุคลากรและ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสนับสนุนกับพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม จากการทบทวนวรรณกรรมเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาพฤติกรรมการสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาดังนี้ 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ 2) ปัจจัยสนับสนุนนวัตกรรม และ 3) พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม โดยมีสมมติฐานการวิจัย ดังนี้ 1) ปัจจัยประชากรศาสตร์ต่างกันมีพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่างกัน และ 2) ปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือบุคลากรที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสงขลา จำนวน 390 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ทดสอบความสอดคล้องของแบบสอบถามด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) และทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) ใช้โปรแกรม SPSS วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่อบรรยายลักษณะข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง และปัจจัยสนับสนุนและพฤติกรรมนวัตกรรม ใช้สถิติเชิงอ้างอิง ใช้ t-test One-way ANOVA สถิติ f-test และค่าสถิติ Pearson's Correlation (R) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.74 มีอายุ 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.18 รองลงมาคือ 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.90 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 54.87 เป็นบุคลากรประเภทสายงานสนับสนุนร้อยละ 66.41 และเป็นบุคลากรประเภทอาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 33.59 กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ทำงาน ต่ำกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.90 และมากกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.10 มีรายได้ต่อเดือนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.13 รองลงมาคือ 20,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.26 ผลการศึกษปัจจัยสนับสนุนนวัตกรรมพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุนอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.90 ด้านที่มีคะแนนสูงสุด คือ การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม และแรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม ส่วนผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.90 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทุกด้านมีค่าความคิดเห็นระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือความคิดสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ย 3.95

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่ายอมรับสมมติฐานที่ 1.2-1.4 และสมมติฐานที่ 1.6 คือพนักงานที่มีอายุ ประเภทบุคลากร ระดับการศึกษา และเงินเดือน แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมแตกต่างกัน และปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.1 และ 1.5 คือพนักงานที่มีเพศ และประสบการณ์ทำงานที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมไม่แตกต่างกัน การทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่ามีตัวแปรการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรมในองค์กร ($r = 0.68$) บรรยายภาคด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กร ($r = 0.65$) และแรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม ($r = 0.63$) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

คำสำคัญ: พฤติกรรม, การสร้างสรรค์นวัตกรรม, บุคลากรมหาวิทยาลัย

บทนำ

นวัตกรรม คือการทำให้สิ่งต่าง ๆ ด้วยวิธีใหม่ ๆ และยังสามารถหมายถึงการเปลี่ยนแปลงทางความคิด การผลิต กระบวนการ หรือองค์กรไม่ว่าการเปลี่ยนนั้นจะเกิดขึ้นจากการปฏิบัติ การเปลี่ยนอย่างถอนรากถอนโคนหรือการพัฒนาต่อยอด โดยนวัตกรรมสามารถสร้างขึ้นจากความรู้เก่าก็ได้ โดยอาจเกิดขึ้นเพราะความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ [1] ทั้งนี้ก็มีการแยกแยะความแตกต่างอย่างชัดเจนระหว่างการประดิษฐ์คิดค้น ความคิดริเริ่ม และนวัตกรรม เชื่อกันว่าการที่สิ่งใดสิ่งหนึ่งจะเป็นนวัตกรรมได้นั้นจะต้องมีความแปลกใหม่อย่างเห็นได้ชัด ในเชิงเศรษฐศาสตร์การเปลี่ยนแปลงนั้นจะต้องเพิ่มมูลค่าในมุมมองของของลูกค้านักหรือผู้ผลิต เป้าหมายของนวัตกรรมคือการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวก เพื่อทำให้สิ่งต่าง ๆ เกิดเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น นวัตกรรมก่อให้เกิดผลิตผลเพิ่มขึ้น และเป็นที่สำคัญของความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ นวัตกรรมจึงเป็นหัวข้อหลักในการศึกษาด้านเศรษฐศาสตร์ ธุรกิจ เทคโนโลยี สังคมศาสตร์ และวิศวกรรม นวัตกรรมมักจะได้รับการยกย่องว่าเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันเศรษฐกิจ ดังนั้นปัจจัยที่นำไปสู่นวัตกรรมมักได้รับความสำคัญจากผู้ออกนโยบายว่าเป็นเรื่องวิกฤติ

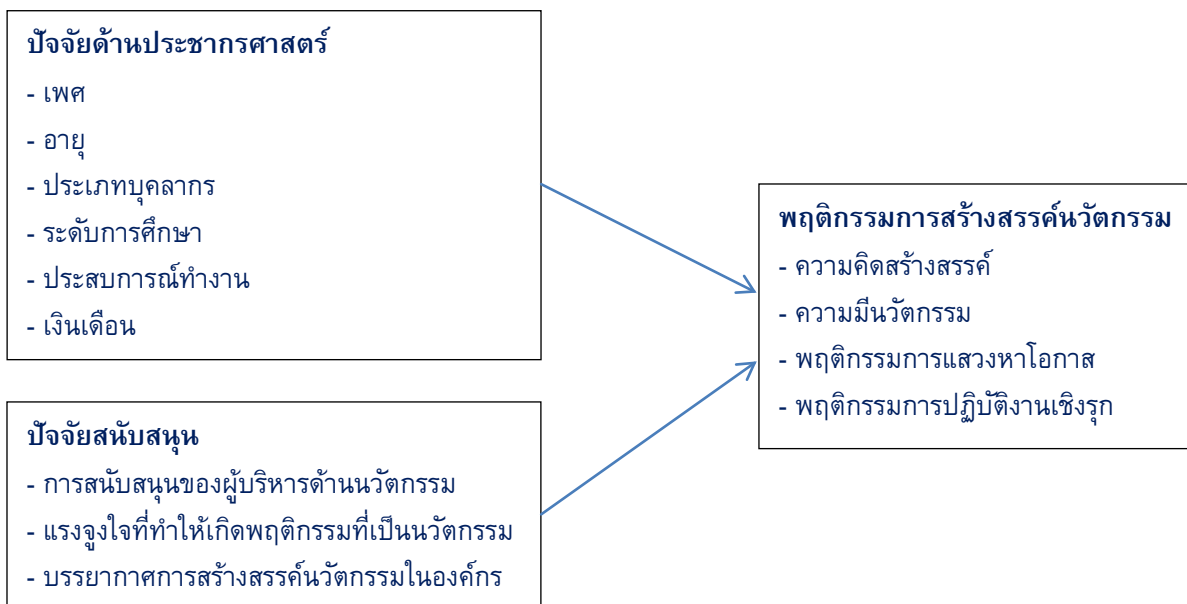
ความคิดสร้างสรรค์ส่งผลต่อองค์กรธุรกิจ ในด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจ ทั้งผลลัพธ์ทางการเงิน เช่น กำไร รายได้ ส่วนแบ่งตลาด เป็นต้น และผลลัพธ์ที่ไม่ใช่ตัวเงิน ได้แก่ ภาพลักษณ์ขององค์กร ชื่อเสียง และความพึงพอใจของลูกค้า เป็นต้น นอกจากนี้ยังส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร [2] ดังนั้นธุรกิจต่าง ๆ ก็ล้วนแล้วแต่ต้องการนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้ในอนาคต กลไกในการสร้างนวัตกรรมใหม่ให้ประสบความสำเร็จในองค์กรนั้น และต้องให้ความสำคัญทั้งการสร้างนวัตกรรมทั้งระดับบุคคล ระดับหน่วยงานและระดับองค์กร [3] ที่สำคัญคือจะต้องมีการเชื่อมโยงทีมงาน และองค์ความรู้ต่าง ๆ ภายในและภายนอกองค์กรเข้าด้วยกัน กำหนดเป้าหมายและกระตุ้นให้แต่ละส่วนเกิดความมุ่งมั่นที่จะทำงานในส่วนของตนอย่างสอดคล้องประสานกับทีมอื่น ๆ เพื่อเป้าหมายเดียวกัน และหน้าที่ในการสร้างและจัดการทีมแห่งการสร้างนวัตกรรมนี้ย่อมต้องเป็นหน้าที่ของผู้บริหารสูงสุดขององค์กร เพราะปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน ได้แก่ บรรยากาศการสร้างนวัตกรรม และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม ซึ่งหน้าที่เหล่านี้ย่อมมาจากผู้นาองค์กรโดยตรง [4] นอกจากนี้การเป็นแบบอย่างที่ดีและพฤติกรรมของผู้นำยังส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคลากรทั้งในด้านการก่อให้เกิดความคิดใหม่ การรับรู้สิ่งที่เป็นโอกาส และการพัฒนา [5]

พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมระดับบุคคล จึงมีความสำคัญต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมทั้งระดับระดับหน่วยงานและระดับองค์กร โดยพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมระดับบุคคล คือการแสดงออกของบุคคลว่ามีกระบวนการคิด การนำเสนอความคิด และผลักดันความคิดที่มีประโยชน์และแปลกใหม่ที่เกี่ยวกับงานที่ตนได้รับมอบหมาย ให้กับหน่วยงานหรือองค์กรได้ใช้ประโยชน์ต่อไป โดยสามารถวัดจาก องค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่ การสร้างความคิดใหม่ การสนับสนุนความคิด และการทำให้ความคิดเป็นจริง เพื่อให้ความคิดได้รับการปฏิบัติจริง [3]

จากความสำคัญของการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีต่อองค์กรดังที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสนใจศึกษาพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของบุคลากรในมหาวิทยาลัย ในจังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ 2) ศึกษาพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของบุคลากร และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสนับสนุนกับพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม ซึ่งผลที่ได้จากงานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาวัตกรรมการทำงานของพนักงานในมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาต่อไป

จากการทบทวนวรรณกรรมเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาพฤติกรรมการสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรดังนี้ 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ประเภทบุคลากร ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน และเงินเดือน 2) ปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม และบรรยากาศการสร้างนวัตกรรมในองค์กร และ 3) พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ ความมีนวัตกรรม พฤติกรรมการแสวงหาโอกาส และพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงรุก โดยสามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังรูปที่ 1 และได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยดังนี้

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์ต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่างกัน
 - 1.1 เพศต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่างกัน
 - 1.2 อายุต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่างกัน
 - 1.3 หน้าที่การทำงานต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่างกัน
 - 1.4 ระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่างกัน
 - 1.5 ประสบการณ์การทำงานต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่างกัน
 - 1.6 เงินเดือนต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่างกัน
2. ปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรม
 - 2.1 การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรมสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรม
 - 2.2 แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรม
 - 2.3 บรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กรสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรม



รูปที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีการกำหนดระเบียบวิธีการวิจัย ดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง : ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือบุคลากรที่ทำงานอยู่ในมหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสงขลา ได้แก่ มหาวิทยาลัยทักษิณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 13,602 คน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ 390 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล : เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จะเป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาเพื่อสอบถามกลุ่มตัวอย่าง โดยจัดทำแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดในการวิจัยและนักศึกษาเป็นผู้นำ แบบสอบถามไปให้ผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามด้านพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม และส่วนที่ 2 เป็นคำถามด้านปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้เกิดการสร้างนวัตกรรม โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกระดับความคิดเห็น ตามแบบมาตราวัดประเมินค่า 5 ระดับ ดังนี้ (1 = ระดับความเห็นด้วยน้อยที่สุด, 2 = ระดับความเห็นด้วยน้อย, 3 = ระดับ

ความเห็นด้วยปานกลาง, 4 = ระดับความเห็นด้วยมาก และ 5 = ระดับความเห็นด้วยมากที่สุด) ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบ เกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศอายุ ประเภทบุคลากร ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน และเงินเดือน

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ : ทดสอบความสอดคล้องของแบบสอบถามด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของข้อคำถาม และทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) จากแบบสอบถามที่ใช้ในการทดสอบ (Pre-Test) จำนวน 30 ชุด พบว่าตัวแปรทุกตัวมีค่า Cronbach's Alpha มากกว่า 0.70

การวิเคราะห์ข้อมูล : ใช้โปรแกรม SPSS วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ดังนี้ 1) สถิติเชิงพรรณนา เป็นการบรรยายลักษณะข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยสนับสนุนและพฤติกรรมนวัตกรรม ใช้ค่าสถิติ ความถี่ ร้อยละ เปอร์เซนต์ไทม์ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยค่าเฉลี่ยใช้เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย ดังนี้ (คะแนน 4.21-5.00 = ระดับเห็นด้วยมากที่สุด, 3.41-4.20 = ระดับเห็นด้วยมาก, 2.61-3.40 = ระดับความเห็นด้วยปานกลาง, 1.81-2.60 = ระดับเห็นด้วยน้อย, 1.00-1.80 = ระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด) ใช้สถิติเชิงอ้างอิง ใช้ t-test One-way ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยการเปรียบเทียบข้อมูล 2 กลุ่ม ส่วนการทดสอบสมมติฐานของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ค่าสถิติ f-test และทดสอบสมมติฐานในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัว ด้วยค่าสถิติ Pearson's Correlation (R) โดยแปลค่าระดับความสัมพันธ์ ดังนี้ (0 = ไม่มีความสัมพันธ์กัน, 0.01-0.25 = ความสัมพันธ์กันบ้าง, 0.26-0.55 = มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง, 0.56-0.75 = มีความสัมพันธ์กันสูง, 0.76-0.99 = มีความสัมพันธ์กันสูงมาก และ 1.00 = มีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์แบบ

ผลและอภิปรายผล

ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของบุคลากรในมหาวิทยาลัย ในจังหวัดสงขลา มีผลการศึกษาดังนี้

ปัจจัยประชากรศาสตร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 59.74 และ 40.26 ตามลำดับ มีอายุ 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.18 รองลงมาคือ 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.90 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 54.87 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 28.97 กลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากรประเภทสายงานสนับสนุนร้อยละ 66.41 และเป็นบุคลากรประเภทอาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 33.59 กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ทำงาน ต่ำกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.90 และมากกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.10 มีรายได้ต่อเดือนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.13 รองลงมาคือ 20,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.26

ปัจจัยสนับสนุนนวัตกรรม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุนอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.90 เมื่อพิจารณารายด้านสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ คือ การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรมมีความคิดเห็นระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม มีความคิดเห็นระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 และบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กร มีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ดังแสดงไว้ในตารางที่ 1 ซึ่งสอดคล้องกับ ธนกฤต แซ่ไคว่ [6] ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านองค์กรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน เพื่อรองรับเศรษฐกิจอาเซียนของกลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปเนื้อสัตว์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงานอยู่ในระดับมาก และพบว่าอิทธิพลของการสนับสนุนจากผู้บริหาร แรงจูงใจและบรรยากาศด้านนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน

ตารางที่ 1 สรุปปัจจัยสนับสนุนนวัตกรรม

ปัจจัยสนับสนุนนวัตกรรม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม	3.90	0.69	เห็นด้วยระดับมาก
2. แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรม	3.90	0.69	เห็นด้วยระดับมาก
3. บรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กร	3.88	0.71	เห็นด้วยระดับมาก
รวมปัจจัยสนับสนุน	3.90	0.60	เห็นด้วยระดับมาก

พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

ตารางที่ 2 แสดงผลการศึกษาพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับพฤติกรรม การสร้างสรรค์นวัตกรรมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.90 โดยหากพิจารณารายด้านเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยคือ ความคิดสร้างสรรค์มีความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 พฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงรุกมีความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 พฤติกรรมการแสวงหาโอกาสมีความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 และความมีนวัตกรรมมีความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 พฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรม

พฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. ความคิดสร้างสรรค์	3.95	0.63	เห็นด้วยระดับมาก
2. ความมีนวัตกรรม	3.85	0.72	เห็นด้วยระดับมาก
3. พฤติกรรมการแสวงหาโอกาส	3.87	0.70	เห็นด้วยระดับมาก
4. พฤติกรรมการปฏิบัติการเชิงรุก	3.90	0.72	เห็นด้วยระดับมาก
รวมพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรม	3.90	0.57	เห็นด้วยระดับมาก

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 : ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ต่างกันมีพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมต่างกัน

ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่ายอมรับสมมติฐานที่ 1.2-1.4 และสมมติฐานที่ 1.6 นั่นคือพนักงานที่มี อายุ ประเภทบุคลากร ระดับการศึกษา และเงินเดือน แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมแตกต่างกัน ในด้านอายุพบว่า พนักงานกลุ่มที่อายุน้อยกว่า 25 ปี มีพฤติกรรมสร้างสรรค์แตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุ 26-30ปี และกลุ่มที่มีอายุ 31-35 ปี มีพฤติกรรม การสร้างสรรค์ต่างกับกลุ่มที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป ด้านระดับการศึกษาพบว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาโท มีพฤติกรรม การสร้างสรรค์ต่างกับกลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาเอก ด้านเงินเดือนพบว่าพนักงานกลุ่มที่มีเงินเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท และมี เงินเดือน 20,000-30,000 บาท มีพฤติกรรมสร้างสรรค์แตกต่างกับกลุ่มที่มีเงินเดือน 30,000-40,000 และกลุ่มที่มีเงินเดือนมากกว่า 40,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนาฎวดี จำปาดี [7] ที่พบว่า อายุ ประเภทบุคลากร ระดับการศึกษา และเงินเดือน แตกต่าง กันจะมีพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมแตกต่างกัน ส่วนสมมติฐานที่ปฏิเสธ คือ สมมติฐานที่ 1.1 และ 1.5 คือ พนักงานที่มีเพศ และประสบการณ์ทำงานที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัย นาฎวดี จำปาดี [7] ที่พบว่า เพศและประสบการณ์ทำงานที่แตกต่างกันจะทำให้ระดับพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมแตกต่างกัน

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรม

ตัวแปร	สถิติทดสอบ	p-value	ผลการทดสอบ
1.1 เพศต่างกันมีพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมต่างกัน	t = 0.67	0.51	ปฏิเสธ
1.2 อายุต่างกันมีพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมต่างกัน	f = 12.58	0.00	ยอมรับ
1.3 ประเภทบุคลากรต่างกันมีพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมต่างกัน	t = 7.91	0.00	ยอมรับ
1.4 ระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมต่างกัน	f = 4.57	0.00	ยอมรับ
1.5 ประสบการณ์ทำงานต่างกันมีพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมต่างกัน	t = 1.91	0.06	ปฏิเสธ
1.6 เงินเดือนต่างกันมีพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมต่างกัน	f = 6.42	0.00	ยอมรับ

สมมติฐานที่ 2 : ปัจจัยสนับสนุนสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

ตารางที่ 4 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่ามีตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมเรียงลำดับความสัมพันธ์จากมากไปน้อย ดังนี้ การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรมในองค์กร ($r = 0.68$) บรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กร ($r = 0.65$) และแรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม ($r = 0.63$) และปัจจัยสนับสนุนทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีที่ คิวพิทักซ์ [4] ที่พบว่าบรรยากาศการสร้างนวัตกรรม และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยสนับสนุนสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

สมมติฐาน	Pearson's correlation	ผลการทดสอบสมมติฐาน
2.1 การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรมสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรม	0.68	ยอมรับ
2.2 แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรม	0.63	ยอมรับ
2.3 บรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กรสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรม	0.65	ยอมรับ

สรุปผลการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาดังนี้ 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ 2) ปัจจัยสนับสนุนนวัตกรรม และ 3) พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม ได้กำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้ 1) ปัจจัยประชากรศาสตร์ต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่างกัน และ 2) ปัจจัยสนับสนุนสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรม

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือบุคลากรที่ทำงานอยู่ในมหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสงขลา จำนวน 13,602 คน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ 390 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ทดสอบความสอดคล้องของแบบสอบถามด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของข้อคำถาม และทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) ใช้โปรแกรม SPSS วิเคราะห์ข้อมูล 1) สถิติเชิงพรรณนา เพื่อบรรยายลักษณะข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง และปัจจัยสนับสนุนและพฤติกรรมนวัตกรรม ใช้สถิติเชิงอ้างอิง ใช้ t-test One-way ANOVA สถิติ f-test และค่าสถิติ Pearson's Correlation (R)

ผลการศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ : พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.74 มีอายุ 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.18 รองลงมาคือ 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.90 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 54.87 เป็นบุคลากรประเภทสายงานสนับสนุนร้อยละ 66.41 และเป็นบุคลากรประเภทอาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 33.59 กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ทำงาน ต่ำกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.90 และมากกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.10 มีรายได้ต่อเดือนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.13 รองลงมาคือ 20,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.26

ผลการศึกษาปัจจัยสนับสนุนนวัตกรรม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุนอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.90 ด้านที่มีคะแนนสูงสุด คือ การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม และแรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม มีความคิดเห็นระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 และบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กร มีค่าเฉลี่ย 3.88

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.90 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทุกด้านมีค่าความคิดเห็นระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือความคิดสร้างสรรค์มีความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 และด้านที่มีคะแนนน้อยที่สุด คือความมีนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ย 3.85

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่ายอมรับสมมติฐานที่ 1.2-1.4 และสมมติฐานที่ 1.6 นั่นคือพนักงานที่มีอายุ ประเภทบุคลากร ระดับการศึกษา และเงินเดือน แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมแตกต่างกัน และปฏิเสธ คือสมมติฐานที่ 1.1 และ 1.5 คือ พนักงานที่มีเพศ และประสบการณ์ทำงานที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมไม่แตกต่างกัน การ

ทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่ามีตัวแปรการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรมในองค์กร ($r = 0.68$) บรรยายภาคด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กร ($r = 0.65$) และแรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม ($r = 0.63$) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสนับสนุนให้มีพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมในมหาวิทยาลัย จังหวัดสงขลา ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมในระดับมาก โดยหากพิจารณารายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก ถ้าองค์กรได้นำปัจจัยด้านองค์กรมาปรับเปลี่ยนและพัฒนาในประเด็น ต่างๆเหล่านี้ เชื่อว่าองค์กรสามารถสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากรที่มีต่อองค์กรได้มากขึ้น เพราะจากผลการศึกษาของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน พบว่า ปัจจัยด้านองค์กรเหล่านี้มีอิทธิพลส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมและพนักงานมีความพร้อมที่จะปรับตัวเองเพื่อให้ เข้ากับสิ่งใหม่ๆ ซึ่งสามารถนำปัจจัยด้านองค์กรมาปรับเปลี่ยนเพื่อสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการ ปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพของบุคลากรในองค์กร

2. จากการศึกษาพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์ของบุคลากรในมหาวิทยาลัย จังหวัดสงขลา ยังคงอยู่ในระดับมาก ผู้บริหารองค์กร ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรในองค์กรมีส่วนร่วมในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพภายในองค์กรอีกครั้ง ควร มีการสนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงานมีความกล้าที่จะเสนอแนะวิธีการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานก่อนจะเกิดสภาวะคับขัน ส่งเสริมการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการอย่างต่อเนื่องหรือส่งเสริมกิจกรรมการแบ่งปันและการถ่ายทอดความรู้ให้แก่บุคลากร

บรรณานุกรม

- [1] กฤษดา แพทย์หลวง. นวัตกรรมในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาเปรียบเทียบองค์กรธุรกิจชุมชนในอุตสาหกรรมมรดกทางวัฒนธรรมของไทย. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. 2552.
- [2] ทศพร บุญวรภักย์ และคณะ. ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรเพื่อสร้างนวัตกรรมบริการในโรงแรมบูติกไทย. วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่. 2559; ปีที่ 9 หน้า 131-145.
- [3] ตรีทิพ บุญแย้ม. ปัจจัยเชิงสาเหตุทุกระดับที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมระดับบุคคลและระดับกลุ่มงานเพื่อสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในบริษัทเอกชนของไทย. หลักสูตรวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 2554.
- [4] ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์. การจัดการนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน. หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. 2554.
- [5] ขจรศักดิ์ อุดมศักดิ์. พฤติกรรมผู้ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคลากรในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมในองค์กร กรณีศึกษา : บริษัทแพนราชนาเวี กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี. 2556; ปีที่ 7 หน้า 94-105.
- [6] ธนกฤต แซ่ไคว้. ปัจจัยด้านองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงานเพื่อรองรับเศรษฐกิจอาเซียนของกลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปเนื้อสัตว์. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. 2557.
- [7] นาฏวดี จำปาดี. การรับรู้ความสามารถของตนเองรูปแบบความคิดสร้างสรรค์และปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม. สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2554.