



โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม  
ของพนักงานบริษัทโทรคมนาคมและเทคโนโลยีการสื่อสารแห่งหนึ่ง  
A CAUSAL RELATIONSHIP MODEL OF INNOVATIVE WORK BEHAVIOR  
OF EMPLOYEES WORKING IN TELECOMMUNICATION  
AND INFORMATION TECHNOLOGY COMPANY

กฤษฎพล ผิวฝ่อง

โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม  
ของพนักงานบริษัทโทรคมนาคมและเทคโนโลยีการสื่อสารแห่งหนึ่ง



ปริญญาานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาประยุกต์  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
ปีการศึกษา 2564  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

A CAUSAL RELATIONSHIP MODEL OF INNOVATIVE WORK BEHAVIOR  
OF EMPLOYEES WORKING IN TELECOMMUNICATION  
AND INFORMATION TECHNOLOGY COMPANY



KRITSANAPOL PHIWPHONG

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of MASTER OF ARTS  
(Applied Psychology)

Graduate School, Srinakharinwirot University

2021

Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม  
ของพนักงานบริษัทโทรคมนาคมและเทคโนโลยีการสื่อสารแห่งหนึ่ง  
ของ  
กฤษฎนพล ผิวผ่อง

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาประยุกต์  
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก ..... ประธาน  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สิทธิพงศ์ วัฒนานนท์สกุล) (รองศาสตราจารย์ ดร.อุสา สุทธิสาคร)

..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ นพ.ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

ชื่อเรื่อง	โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัทโทรคมนาคมและเทคโนโลยีการสื่อสารแห่งหนึ่ง
ผู้วิจัย	กฤษณพล ผิวผ่อง
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2564
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. สิทธิพงษ์ วัฒนานนท์สกุล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อตรวจสอบความตรงของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน โดยมีความคาดหวังความสำเร็จ และการให้คุณค่าในการทำงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน 2) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ความคาดหวังในความสำเร็จ และการให้คุณค่าในการทำงานไปยังพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม ตัวอย่างวิจัย คือ พนักงานบริษัทโทรคมนาคม และการสื่อสาร จำนวน 352 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ การวิเคราะห์อิทธิพล ประเมินค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรในโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน พิจารณาค่าสถิติความกลมกลืนที่บ่งชี้ถึงความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลการวิเคราะห์กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิจัยพบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์  $\text{Chi-square} = .136$ ,  $df = 1$ ,  $p = .712$ ,  $\text{RMSEA} = 0.01$ ,  $\text{GFI} = .999$ ,  $\text{AGFI} = .998$  และตัวแปรทั้งหมดในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันในพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม คิดเป็นร้อยละ 40 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมมติฐานการวิจัย พบว่า การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม และส่งผ่านตัวแปร คือ ความคาดหวังความสำเร็จในงาน และการให้คุณค่าในงาน โดยค่าอิทธิพลรวม (Total Effect) มีค่าเท่ากับ .525 สรุปได้ว่า ความคาดหวังความสำเร็จในงาน และการให้คุณค่าในงานเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการส่งอิทธิพลของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรไปสู่พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม ผลจากการวิจัยนี้สามารถนำไปประกอบการพัฒนาโปรแกรมและกิจกรรมเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานได้

คำสำคัญ : พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม, การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร, ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน, การให้คุณค่าในงาน

Title	A CAUSAL RELATIONSHIP MODEL OF INNOVATIVE WORK BEHAVIOR OF EMPLOYEES WORKING IN TELECOMMUNICATION AND INFORMATION TECHNOLOGY COMPANY
Author	KRITSANAPOL PHIWPHONG
Degree	MASTER OF ARTS
Academic Year	2021
Thesis Advisor	Associate Professor Sittipong Wattananonsakul

The purposes of this study are as follows: (1) to examine the the causal model of innovative work behavior of employees working in telecommunication and information technology company; (2) to investigate the direct and indirect effects of Organizational Innovation Support expectation of success and valuing work to innovative working behaviors. The sample consisted of telecommunication company employees and communication among 352 people. The research instrument used in this study was a questionnaire, and Coefficient Path analysis was used to analyze and to estimate the pathways of the relationships among these variables, which showed that the calculated indices provided a good model of fit Chi-square = .136, df = 1, p = .712, RMSEA = 0.01, GFI = .999 and an AGFI = .998. All of the variables in the model accounted for 40%. The results of the research hypothesis model analysis revealed that organizational innovation support had a direct influence on innovative working behavior and indirect influence through the two causal variables, namely the expectation of success in the job and valuing work by total influence at .525. In conclusion, the expectation of success in the job and job value was an important variable in influencing organizational innovation support on innovative working behaviors. It can be used to develop programs and activities to promote innovative working behaviors of employees

Keyword : Innovative Work Behavior, Perceive Organizational Support, Task Success Expectation, Value

## กิตติกรรมประกาศ

ปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.สิทธิพงษ์ วัฒนานนท์สกุล อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าที่มาให้คำปรึกษาให้คำแนะนำ ช่วยเหลือตรวจสอบ และแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของการวิจัยครั้งนี้มาโดยตลอด ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่งและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณย์ พิมพ์ทอง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพดล กองศิลป์ และ ดร.อดิภัทร ชัยชนะสกุล ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยในการวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่มอบทุนการศึกษาภายใต้โครงการ 70 ปี 70 ทุน มศว คีนส์สูงสังคม ในฐานะที่เป็นมหาวิทยาลัยวิจัย และรับใช้สังคม ครบรอบ 70 ปี สำหรับนิสิตในการเรียนและการทำวิจัยในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณ คุณณัฐพิชฌาย์ คุณกุลธิดา คุณณิชากร คุณธนภฤติ คุณอัศวชัย และเพื่อน นิสิตปริญญาโทจิตวิทยาประยุกต์ทุกท่าน ที่คอยให้คำปรึกษาทั้งในเรื่องงานวิจัย ให้ความช่วยเหลือต่างๆ และขอขอบคุณร้าน K-CONER สุทธิสาร ที่เอื้อเฟื้อสถานที่ในการเรียน และทำกิจกรรมต่างๆ ตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ประสบการณ์ตลอด ระยะเวลาการศึกษานี้เป็นสิ่งที่ล้ำค่าต่อผู้วิจัยอย่างที่สุด

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ครอบครัววิวัฒน์วงศ์ ทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอนคอยสนับสนุนผู้วิจัย และผลักดันให้ประสบความสำเร็จ ความดีที่เกิดขึ้นจากงานวิจัยเล่มนี้ ขอมอบแด่ผู้มีพระคุณ

กฤษฎณพล ผิวผ่อง

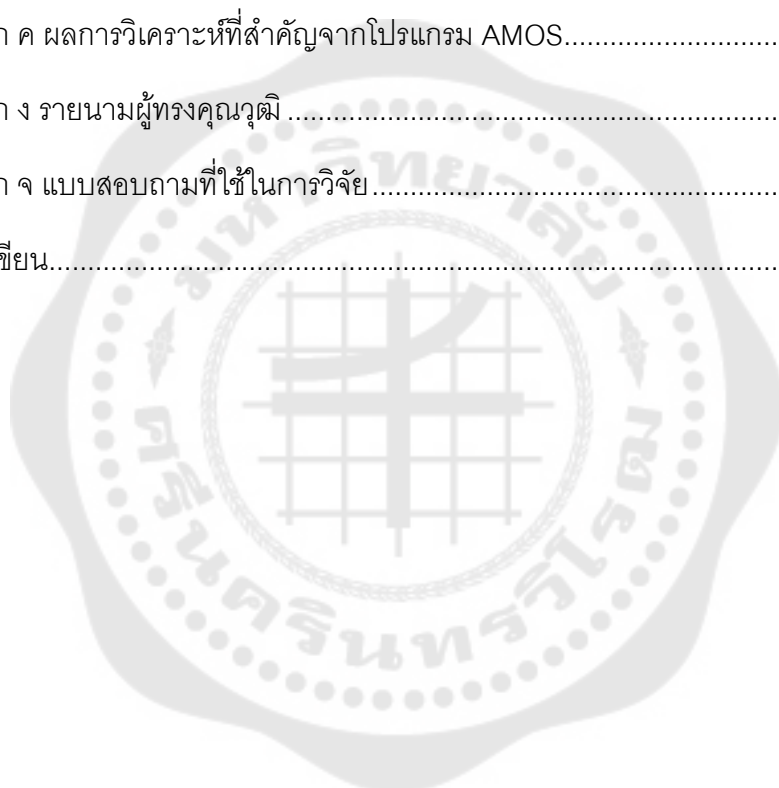
## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ .....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ .....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ความมุ่งหมายของงานวิจัย.....	4
1.3 ความสำคัญของงานวิจัย.....	5
1.4 ขอบเขตงานวิจัย.....	5
1.5 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	5
1.6 นิยามเชิงปฏิบัติการ.....	6
บทที่ 2 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
1. แนวคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม.....	9
2. การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร.....	15
3. ทฤษฎีความคาดหวัง และการให้คุณค่า.....	20
4. การวิเคราะห์ตัวแปรส่งผ่าน.....	27
5. กรอบแนวคิดการวิจัย.....	31
6. สมมติฐานการวิจัย.....	32
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย.....	33



1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการดำเนินการวิจัย .....	33
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	33
3. ขั้นตอนการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ .....	34
4. ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	44
5. สถิติของผู้ร่วมวิจัย .....	44
6. การจัดทำวิเคราะห์ข้อมูล .....	45
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	47
1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง .....	49
2. ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของตัวแปร .....	50
3. ผลการวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรตามกรอบแนวคิดการวิจัย .....	51
4. การตรวจสอบความตรงของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ .....	52
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ .....	58
วัตถุประสงค์.....	58
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	58
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	58
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง.....	59
สรุปผลการวิจัย.....	59
อภิปรายผล .....	61
สมมติฐานที่ 1 อิทธิพลการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานเชิง นวัตกรรม เมื่อความคาดหวังความสำเร็จในงาน และการให้คุณค่าในงานเป็นตัวแปร ส่งผ่าน มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ .....	62
สมมติฐานที่ 2 การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการ ทำงานเชิงนวัตกรรม และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม	

โดยมีความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงานเป็นตัวแปร ส่งผ่าน .....	64
บรรณานุกรม .....	68
ภาคผนวก.....	72
ภาคผนวก ก ใบอนุญาตจริยธรรม .....	71
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์ Descriptive .....	74
ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์ที่สำคัญจากโปรแกรม AMOS.....	76
ภาคผนวก ง รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ .....	86
ภาคผนวก จ แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	87
ประวัติผู้เขียน.....	93



## สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 ตัวอย่างนิยามพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม .....	9
ตาราง 2 ตัวอย่างมาตรวัดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม.....	36
ตาราง 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อวัดกับคะแนนรวมทั้งแบบวัด (Corrected Item- Total Correlation: CITC) ของแบบวัดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม.....	37
ตาราง 4 ตัวอย่างแบบวัดการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร .....	38
ตาราง 5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อวัดกับคะแนนรวมทั้งแบบวัด (Corrected Item- Total Correlation: CITC) ของแบบวัดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม.....	39
ตาราง 6 ตัวอย่างมาตรวัดความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน.....	40
ตาราง 7 สัมประสิทธิ์ระหว่างข้อวัดกับคะแนนรวมทั้งแบบวัด (Corrected Item-Total Correlation: CITC) ของแบบวัดความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน .....	41
ตาราง 8 ตัวอย่างมาตรวัดการให้คุณค่าในงาน.....	42
ตาราง 9 ค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างข้อวัดกับคะแนนรวมทั้งแบบวัด (Corrected Item-Total Correlation: CITC) ของแบบวัดความคาดหวังความสำเร็จในงาน.....	43
ตาราง 10 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการแจกแจงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ( $n=352$ ).....	49
ตาราง 11 ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ( $n=352$ ) .....	50
ตาราง 12 เมทริกซ์สหสัมพันธ์ตัวแปรโมเดลสมมติฐานการวิจัย ( $n=352$ ) .....	51
ตาราง 13 อิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) อิทธิพลรวม (TE) และผลการวิเคราะห์ ความตรงของโมเดล .....	53

## สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปภาพ 1 แสดงความเชื่อมโยงระหว่างกระบวนการเกิดนวัตกรรมและพฤติกรรมการทำงาน.....	11
รูปภาพ 2 องค์ประกอบของบรรยากาศนวัตกรรมในองค์กร .....	19
รูปภาพ 3 โมเดลทฤษฎีความคาดหวัง - คุณค่า .....	23
รูปภาพ 4 โมเดลตัวแปรส่งผ่าน .....	28
รูปภาพ 5 รูปแบบของอิทธิพลส่งผ่าน.....	29
รูปภาพ 6 กรอบแนวคิดการวิจัย .....	31
รูปภาพ 7 ตัวอย่างแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	35
รูปภาพ 8 อิทธิพลการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน โดยมีความคาดหวังความสำเร็จ และการให้คุณค่าในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน.....	54

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วด้วยพลังแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ส่งผลให้มีการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ การขับเคลื่อนทางการเมือง การขยายตัวของเทคโนโลยี และความเชื่อมโยงระหว่างบุคคล ชุมชน และธุรกิจ ทั้งภาครัฐและเอกชนส่งผลให้ค่านิยมของบุคคลเปลี่ยนไป การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จึงเกิดขึ้นรวดเร็ว ผู้ผลิตจะต้องสามารถรับมือกับการปรับเปลี่ยนโดยต้องพร้อมในการที่จะคิดหานวัตกรรมใหม่ๆ (Innovation) การที่จะพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้มีเสถียรภาพจำเป็นต้องใช้ความรู้และความก้าวหน้าในการวิจัยเพื่อพัฒนานวัตกรรมให้ทันสมัยตลอดเวลา เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง การขับเคลื่อนประเทศจากประเทศที่ใช้แรงงานไปสู่ประเทศที่ขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจด้วยฐานความรู้ทางด้านการวิจัยและนวัตกรรม เป็นส่วนหนึ่งในการกระจายรายได้ อีกทั้งสามารถลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน และการปรับตัวของประเทศให้สามารถรับมือผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการแข่งขันที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว อีกทั้งสามารถการแข่งขันเพื่อให้ประเทศมีความมั่นคงและยั่งยืน (คณะอนุกรรมการดำเนินนโยบายและยุทธศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม, 2560) การแข่งขันกันทางธุรกิจที่ปรับตัวสูงขึ้นตามการเปลี่ยนแปลง หลายองค์กรต้องปรับตัวให้ทัน ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน มองเพียงแค่การลดต้นทุนในการผลิต คุณภาพของสินค้า และบริการเท่านั้นอย่างใดอย่างหนึ่งไม่ได้ องค์กรจะต้องสร้างให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อสินค้าและบริการ อันเรื่องที่ทำนายของธุรกิจในการตอบสนองของความต้องการที่มีไร้ขีดจำกัดของลูกค้า การแข่งขันทางธุรกิจที่เกิดขึ้นทั่วโลกนี้เป็นผลมาจากอิทธิพลของเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพสินค้าและบริการ อีกทั้งความสามารถในการผลิตรวมถึงการปรับตัว เพื่อให้องค์กรดำเนินธุรกิจด้วยความคล่องตัว โดยสิ่งหนึ่งที่ภาคธุรกิจทั้งภายในประเทศ หรือต่างประเทศใช้สร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันคือการสร้างนวัตกรรมให้แก่องค์กร การให้ความสำคัญในการเปิดค้นนวัตกรรมใหม่ก่อนคู่แข่ง เพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน และการอยู่ต่อในระยะยาว (ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์, 2554)

จากการศึกษางานวิจัยก่อนหน้าพบว่า การเกิดนวัตกรรมจำเป็นต้องอาศัยบุคลากรในองค์กร เนื่องจากนวัตกรรมไม่ได้ถูกสร้างโดยความสามารถของเครื่องจักร แต่เป็นสิ่งที่เกิดจากใช้ทักษะ องค์ความรู้ ประกอบกับความสามารถของบุคลากรก่อให้เกิดความคิดแปลกใหม่ ดังนั้น

ทรัพยากรบุคคลจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้เกิดนวัตกรรม (โชติการ จันทรอยู่, 2562) โดยนักจิตวิทยาองค์การได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม (Innovative Work Behavior) ว่าเป็นการแสดงออกถึงการมีความตั้งใจในการเริ่ม นำเสนอความคิด ผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบการทำงานใหม่ อาจรวมไปถึงการปรับปรุงสิ่งเดิมที่มีอยู่ให้ดีขึ้น เพื่อให้เกิดอันประโยชน์ต่อการทำงาน กลุ่มงาน และองค์การ (Yuan และ Woodman, 2010) เห็นได้ว่าแนวคิดเรื่องนวัตกรรมจึงเป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรนำเข้ามาใช้สร้างสรรค์สิ่งใหม่ หรือวิธีการใหม่ในดำเนินงานของบุคลากรในองค์กร นวัตกรรมมีความสำคัญต่อการแข่งขันทางธุรกิจเป็นอย่างมาก ไม่เพียงแต่จะช่วยเพิ่มศักยภาพขององค์กรเท่านั้น แต่นวัตกรรมถือเป็นความจำเป็นพื้นฐานขององค์กร นอกจากความพร้อมด้านเงินทุนกับการพัฒนานวัตกรรมหรือนำนวัตกรรมไปใช้ ความพร้อมด้านทรัพยากรบุคคลที่สามารถปรับรูปแบบการทำงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ตลอดจนการใช้สิ่งเดิมที่มีต่อพัฒนาจนเกิดการปฏิบัติงานในรูปแบบใหม่นั้นก็เป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรให้ความสำคัญ

ตามที่กล่าวข้างต้นทำให้ทราบดีว่านวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพขององค์กร และยกระดับการแข่งขันทางธุรกิจ โดยการจะเกิดนวัตกรรมนั้นต้องอาศัยการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรทุกคนเป็นตัวขับเคลื่อน โดยการปฏิบัติงานนับว่าเป็นการแสดงออก พฤติกรรมของบุคลากรที่มีผลต่อความผลสัมฤทธิ์ในงาน รวมไปถึงการแสดงออกของบุคลากรที่มีต่อสภาพแวดล้อมการทำงาน (Albanese และ Van Fleet, 1985) เพื่อให้เป็นตามวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายหลักขององค์กร ทั้งนี้บุคลากรในองค์กรเป็นต้นทุนที่มีความสำคัญ กล่าวคือ บุคคลเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจขององค์กรที่อาจส่งผลกระทบต่อความมั่นคงขององค์กรทั้งในระยะสั้นไปจนถึงระยะยาวทั้งในด้านเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม (อาจารย์ จิตนุราช, 2561) อีกทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ส่งผลให้สภาพการปฏิบัติงานและรูปแบบงานเกิดการเปลี่ยนแปลง ทำให้การปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรต้องใช้ความรู้ ความสามารถ และการพัฒนาในด้านต่างๆ มากขึ้น เป็นผลให้องค์กรมีความต้องการพนักงานที่มีความเข้าใจ และขีดความสามารถที่สูงในการทำงาน องค์กรจึงเห็นความสำคัญของพฤติกรรมของพนักงานมากขึ้น เพราะองค์กรมีบุคลากรที่มีความแตกต่างเข้ามาทำงานร่วมกันเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และพันธกิจขององค์กร ดังนั้นพฤติกรรมของบุคลากรในองค์กรจึงมีความสำคัญที่ส่งเสริมผลการปฏิบัติงานเพื่อองค์กรได้บรรลุเป้าหมาย (Motowildo, Borman, และ Schmit, 1997) องค์กรที่ประกอบกิจการทางด้านโทรคมนาคม และการสื่อสาร จำเป็นอย่างยิ่งต้องมีบุคลากรที่มีพฤติกรรมดังกล่าวในองค์กร

จากการศึกษางานวิจัยพบว่านวัตกรรมเป็นการใช้ความคิด การกระทำใหม่ของพนักงานในองค์กร โดยนวัตกรรมเกิดขึ้นได้ในรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ การบริการใหม่ หรือเทคโนโลยีใหม่

อาจจะเกิดจากความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วหรือค่อยเป็นค่อยไป (Harkema, 2003) โดยมุมมองของนวัตกรรมสามารถแบ่งได้ 3 ประเด็นที่เป็นมิติสำคัญ ได้แก่ มิติที่หนึ่ง ความใหม่ เป็นสิ่งที่พัฒนาขึ้นรวมไปถึงผลิตภัณฑ์ การบริการ หรือวิธีการ โดยจะเป็นการเปลี่ยนจากเดิมที่มีอยู่ หรือพัฒนาขึ้นใหม่ มิติที่สอง ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ หรือการสร้างผลสัมฤทธิ์ในเชิงพาณิชย์ กล่าวคือ สามารถทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นจากการพัฒนาสิ่งใหม่ๆ ผลประโยชน์ที่เกิดอาจจะสามารถวัดได้ในรูปแบบตัวเงินโดยตรง หรือไม่ใช้ตัวเงิน และมิติที่สาม การใช้องค์ความรู้และการคิดสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาส่งผลให้เกิดขึ้นใหม่ แต่ไม่ได้มาจากการลอกเลียนแบบ หรือทำซ้ำ (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และ คณะ, 2553)

นวัตกรรมถือได้ว่าเป็นปัจจัยหลักและจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับทุกองค์กร โดยเฉพาะองค์กรที่ดำเนินกิจการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยประเทศไทยอุตสาหกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารถือเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2559) อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีที่ทำให้องค์กรต้องปรับตัวต่อสิ่งที่เกิดขึ้น จากรายงานการวิจัยพบว่า การเกิดนวัตกรรมต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างที่กระตุ้นให้บุคลากรมีความคิดริเริ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างศักยภาพด้านนวัตกรรมของพนักงาน (Johnston และ Bate, 2013) เนื่องจากการแข่งขันในกลุ่มธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีอัตราที่สูงมาก มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีที่รวดเร็ว นอกจากพนักงานจะต้องมีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีที่มากพอ ยังต้องมีความคิดที่แปลกใหม่ และพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมสูงอีกด้วย สะท้อนให้เห็นว่าพฤติกรรมดังกล่าวของพนักงาน จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร นวัตกรรมไม่ได้เกิดขึ้นเอง หรือเกิดจากเครื่องจักรกล แต่เกิดจากองค์ความรู้ ความสามารถ ทักษะ รวมไปถึงประสบการณ์ของพนักงานที่ก่อให้เกิดความคิดใหม่ และนวัตกรรมให้กับองค์กร ดังนั้น บุคลากรจึงเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม และเป็นส่วนที่สำคัญที่ทำให้การดำเนินงานภายใต้องค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ได้เปรียบทางการแข่งขันทางด้านธุรกิจ (ประเวช ชุ่มเกษรกุลกิจ และ ศจีมาจ ญ วิเชียร, 2561)

ทฤษฎีความคาดหวัง และคุณค่า ให้ความสำคัญกับความเชื่อในความสามารถ ความคาดหวังความสำเร็จ และการให้คุณค่าในงาน นอกจากนี้ปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญ ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม การรับรู้สภาพแวดล้อมทางสังคม ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมและสัมฤทธิ์ผลตามที่คาดหวัง สำหรับการวิจัยครั้งนี้คัดเลือกตัวแปร การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรเสมือนสภาพแวดล้อมทางสังคมเป็นตัวแปรอิสระ และพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม

เป็นตัวแปรตาม โดยส่งผ่านความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงาน มาทำนายกรอบสมมติฐาน

จากการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมพบว่ามีการศึกษาภายใต้ปัจจัยสาเหตุต่างๆ ทางตัวแปรด้านจิตวิทยาและสังคมวิทยา ที่มุ่งเน้นการอธิบายความผูกพันตัวบุคคลกับปัจจัยภายนอก เช่น การศึกษาพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมผ่านตัวแปรการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้นำกับสมาชิก ความไม่พอใจในสถานการณ์ที่เป็นอยู่ ของพนักงานเจนเนอเรชันวาย การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (โชติการ จันทรล้อย, 2562) และการศึกษาระดับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน ภายใต้ปัจจัยทางด้านองค์กร ได้แก่ การสนับสนุนของผู้บริหาร แรงจูงใจ และบรรยากาศ ของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (อำพร พันมะณี, 2562) ดังนั้นงานวิจัยด้านพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวแปรที่เป็นแรงจูงใจภายในบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้คุณค่า และความคาดหวัง ที่สามารถอธิบายถึงแรงจูงใจของบุคคลที่อาจส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมดังกล่าว อีกทั้งการสนับสนุนด้านนวัตกรรมขององค์กรเป็นอีกหนึ่งสิ่งสำคัญที่ทำให้บุคคลสามารถรับรู้ถึงสภาพแวดล้อม และเป็นสิ่งกระตุ้นหรือจูงใจให้บุคคลเกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในองค์กร (Amabile, 1997) หรือกล่าวได้ว่าบรรยากาศที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมนั้น สามารถสร้างขึ้นได้โดยผู้บริหารขององค์กร ด้วยประกาศอย่างชัดเจนว่าจะได้รับผลจากสิ่งที่เขาทุ่มเททำให้กับองค์กร เป็นการให้ผลตอบแทนในรูปแบบต่างๆ ทั้งที่มีมูลค่าเป็นเงินหรือสิ่งอื่นที่มีคุณค่า (ณัฐยา สินตระการผล, 2550) จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่กล่าวมาจึงเกิดคำถามวิจัยว่าปัจจัยใดที่ร่วมอธิบายพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม โดยพิจารณาจากทฤษฎีแรงจูงใจทำให้ได้ตัวแปรที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมตามกรอบทฤษฎีแรงจูงใจ อันนำไปสู่การตรวจสอบความตรงของโมเดลเชิงสมมติฐานต่อไป

## 1.2 ความมุ่งหมายของงานวิจัย

1. เพื่อตรวจสอบความตรงของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน โดยมีความคาดหวังความสำเร็จ และการให้คุณค่าในการทำงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ความคาดหวังในความสำเร็จ และการให้คุณค่าในการทำงาน ไปยังพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม



### 1.3 ความสำคัญของงานวิจัย

#### ด้านวิชาการ

1) ได้รับทราบผลการวิเคราะห์ของอิทธิพลทางตรงของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์การที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน รวมทั้งอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผ่าน ความคาดหวังงาน และการให้คุณค่าในงานไปยังพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมเป็นการตรวจสอบความตรงของทฤษฎี

2) สามารถนำสารสนเทศ และองค์ความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบโปรแกรมพัฒนาบุคคล และออกแบบนโยบายส่งเสริมของพนักงาน

#### ด้านองค์การ

1) คณะผู้บริหารได้ทราบถึงผลของข้อมูลสารสนเทศเพื่อนำไปประกอบการตัดสินใจในการกำหนดนโยบาย และออกแบบโปรแกรมการพัฒนาคบุคคล

2) ผลจากการวิจัยเป็นข้อมูลอ้างอิงเพื่อพัฒนารูปแบบการปฏิบัติงานที่ส่งเสริมพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานภายในองค์กร

### 1.4 ขอบเขตงานวิจัย

#### ประชากร

พนักงานบริษัททางด้านโทรคมนาคมและเทคโนโลยีการสื่อสารแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

#### กลุ่มตัวอย่าง

ตัวอย่างในการวิจัยคือ พนักงานบริษัททางด้านโทรคมนาคมและเทคโนโลยีการสื่อสาร การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์เชิงสาเหตุ (path analysis) จึงเลือกใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการสุ่มแบบง่าย (simple random sampling) เพื่อดำเนินการวิจัย โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ที่ได้ระบุไว้ว่าการประมาณค่า 1 พารามิเตอร์ ต่อกลุ่มตัวอย่าง 25 คน (Hair, Black, Babin, Anderson, และ Tatham, 2006)

### 1.5 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

#### ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

- 1) พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม

#### ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

- 1) การรับรู้การสนับสนุนนวัตกรรมองค์กร

### ตัวแปรส่งผ่าน (Mediation Variable)

- 1) ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน
- 2) การให้คุณค่าในการทำงาน

## 1.6 นิยามเชิงปฏิบัติการ

**1 พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม** หมายถึง พฤติกรรมของบุคลากรภายในองค์กร ที่แสดงถึงกระบวนการในการก่อเกิดแนวคิดหรือริเริ่มความคิดใหม่ๆ ในการแก้ไขปัญหา พัฒนาการทำงาน การนำเสนอความคิดรวมถึงการใช้แนวคิดมาปฏิบัติให้เป็นจริง โดยมี จุดมุ่งหมายในการสร้างผลลัพธ์ใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการทำงาน ทั้งปรับปรุง พัฒนาและ สร้างสรรค์แนวทางการปฏิบัติงาน การบริการ การผลิต เพื่อให้เกิดมูลค่าหรือประโยชน์โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน

พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมสามารถแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ องค์ประกอบแรกคือการ สร้างความคิดใหม่ หมายถึง การแสดงออกด้านพฤติกรรมของพนักงานในการสร้างความคิดใหม่ สำหรับการแก้ปัญหาพัฒนารูปแบบการทำงานหรือเสนอแนวคิดใหม่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ กระบวนการ หรือการบริการที่ทำก่อประโยชน์ให้องค์กร องค์ประกอบที่สองคือการนำเสนอ แนวคิด หมายถึง การแสดงออกของพฤติกรรมของบุคลากรเพื่อนำเสนอแนวคิดที่เกิดขึ้นโดยผู้ ที่สร้างแนวคิดจะแสวงหาคนมาสนับสนุนแนวคิด เพื่อให้แนวคิดนั้นมีอิทธิพลที่จะทำให้เกิดการรับรู้ ถึงความสำคัญของแนวคิดนั้นๆ และทำให้แนวคิดเป็นที่ยอมรับและง่ายต่อการนำไปใช้ และ องค์ประกอบที่สามคือการนำแนวคิดไปปฏิบัติงานจริง หมายถึง การแสดงพฤติกรรมของบุคลากร ในการลงมือทำแนวความคิดที่นำเสนอจนเกิดการแก้ปัญหา การพัฒนาหรือการสร้างสรรค์ นวัตกรรมในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ หรือแบบแผนการทำงาน ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร

แบบวัดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมแบบวัดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม ผู้วิจัยทำการ พัฒนาแบบวัดโดยอ้างอิงจากแบบวัดของ Janssen (2000) ในการวัดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมตาม การศึกษางานวิจัยข้างต้นแบ่งออกเป็น 3 ด้านดังนี้ 1) การสร้างความคิดใหม่ 2) การนำเสนอ แนวคิด 3) การนำแนวคิดไปปฏิบัติจริง

แบบวัดเป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ (rating scale) ตั้งแต่ ตรงกับตัวฉันมากที่สุด ให้ 5 คะแนน จนถึง ตรงกับตัวฉันน้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน โดยการแปลผลของคะแนนคือ พนักงานที่ได้ คะแนนสูง แปลว่ามีพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมสูงกว่าพนักงานที่ได้คะแนนต่ำ

**2 การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร** หมายถึง การรับรู้ร่วมกันของบุคลากรเกี่ยวกับ สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ว่ามีแผนงาน รูปแบบการทำงาน และสิ่งสนับสนุนเพื่อให้เกิด การ

นำเสนอ และการเล็งเห็นถึงแนวคิดใหม่ ตลอดจนรับรู้ว่าการที่สามารถสร้างแนวคิดใหม่และนวัตกรรมนั้นเป็นสิ่งสำคัญต่อองค์กร การรับรู้ถึงการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรประกอบด้วย

1) การรับรู้ขององค์กรในผลงานของบุคลากร คือ การรับรู้ว่าผลงานที่สร้างสรรค์หรือผลงานที่เป็นนวัตกรรมที่บุคลากรได้สร้างแก่องค์กรนั้นได้รับการยกย่อง หรือได้สิ่งตอบแทนในรูปแบบรางวัล

2) การสนับสนุนของผู้บังคับบัญชา คือ การรับรู้ของบุคลากร ว่าผู้บังคับบัญชาในกลุ่มงานโดยตรงของตนเป็นแบบอย่างที่ดี ให้อิสระในการปฏิบัติหน้าที่ ตลอดจนให้โอกาสบุคลากรได้เรียนรู้จากสิ่งที่ผิดพลาด โดยไร้ความกังวลว่าจะมีการลงโทษ และ

3) การสนับสนุนด้านทรัพยากรอย่างพอเพียง คือ การที่บุคลากรรับรู้ว่าจะสามารถเข้าถึงสิ่งสนับสนุนที่องค์การได้เตรียมไว้อย่างเหมาะสม

แบบวัดการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงแบบวัดโดยอ้างอิงจากแบบวัดบรรยากาศสำหรับความสร้างสรรค์ของ Amabile และคนอื่น ๆ (1996) เครื่องมือวัดบรรยากาศสำหรับนวัตกรรมของ S. Scott และ R. Bruce (1994) และ เครื่องมือวัดบรรยากาศองค์การของ Koyes และ DeCotiis (1991)

แบบวัดเป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ (rating scale) ตั้งแต่ ตรงกับตัวฉันมากที่สุด ให้ 5 คะแนน จนถึง ตรงกับตัวฉันน้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน โดยการแปลผลของคะแนนคือ พนักงานที่ได้คะแนนสูง แสดงว่าพนักงานรับรู้ถึงการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรมากกว่าพนักงานที่ได้คะแนนต่ำ

**3. ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน** หมายถึง การคาดหวังถึงความสำเร็จในการปฏิบัติงานของบุคลากรในอนาคต โดยความคาดหวังตั้งอยู่บนพื้นฐานของประสบการณ์ทำงานเดิมที่มีอยู่ และการรับรู้ความสามารถที่ตนมี

แบบวัดความคาดหวังความสำเร็จในงานได้ทำการปรับปรุงและพัฒนาแบบวัดตามทฤษฎีของ Eccles (1983) ทฤษฎีความคาดหวัง และคุณค่า เป็นหลักในการนำข้อวัดมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับงานวิจัยครั้งนี้

แบบวัดเป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ (rating scale) ตั้งแต่ ตรงกับตัวฉันมากที่สุด ให้ 5 คะแนน จนถึง ตรงกับตัวฉันน้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน โดยการแปลผลของคะแนนคือ พนักงานที่ได้คะแนนสูง แปลว่า มีความคาดหวังความสำเร็จในการทำงานสูงกว่าที่ได้คะแนนต่ำ

**4. การให้คุณค่าในงาน** หมายถึง ความรู้สึกของบุคลากรที่ส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมการทำงานโดยบุคลากรที่ให้คุณค่าในงานจะเห็นถึงความสำคัญของสิ่งที่ทำและให้ความสนใจในงาน

เห็นประโยชน์ต่อสิ่งที่ลงมือกระทำ จนเกิดการมุ่งมั่นในปฏิบัติงาน โดยมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้  
 องค์ประกอบที่หนึ่งคุณค่าของความสำเริง (attainment value) หมายถึง การที่บุคลากรให้  
 ความสำคัญต่องานที่ตนปฏิบัติ ส่งผลให้งานเป็นไปเป้าหมายที่ตนได้ตั้งใจไว้ โดยเชื่อว่าผล  
 ปฏิบัติงานดี มีผลต่อการประเมินการปฏิบัติงานของตน ส่งผลให้เกิดความกระตือรือร้น มีความ  
 มุ่งมั่น และตั้งใจดำเนินสิ่งนั้นให้เกิดผลดีที่สุดในการปฏิบัติงานบุคลากรจะให้คุณค่าใน  
 ความสำเริงนั้นสูงตามไปด้วย องค์ประกอบที่สองคุณค่าทางจิตใจ (intrinsic value) หมายถึง  
 ความพึงพอใจ ในการปฏิบัติงานของบุคลากร ที่เกิดขึ้นภายใน มีการรับรู้ในขณะที่ปฏิบัติงานนั้นๆ  
 ก่อให้เกิดความกระตือรือร้นในงาน เช่น ได้รับมอบหมายงานที่ตรงกับสิ่งที่สนใจ ทำให้เกิดความ  
 ตั้งใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น และองค์ประกอบที่สามคุณประโยชน์ (utility value) หมายถึง  
 การรับรู้ถึงผลลัพธ์ที่ตนพึงกระทำ โดยมีเป้าหมาย และอาจส่งผลถึงอนาคต นำไปสู่เป้าหมายที่  
 มากกว่าการทำงานให้เสร็จสิ้น เช่น การที่บุคลากรตั้งใจปฏิบัติงานอย่างสุดความสามารถ เนื่องจาก  
 อาจไม่ใช่สิ่งที่สนใจเป็นหลัก แต่เขาต้องการผลการประเมินการปฏิบัติงานที่สูง หรือเป็นไปตาม  
 เกณฑ์ เพื่อปรับตำแหน่งได้เร็วกว่าคนอื่น เป็นต้น

แบบวัดการให้คุณค่าในการทำงาน ได้พัฒนาแบบวัดโดยอ้างอิงจากแบบวัดการให้คุณค่า  
 ของ คุณณิษฐาน ทองทรัพย์ (2563) โดยมาตรวัดที่ใช้เป็นแบบ rating scale 5 ระดับ ตั้งแต่ ตรง  
 กับตัวฉันมากที่สุด ให้ 5 คะแนน จนถึง ตรงกับตัวฉันน้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน โดยการแปลผลของ  
 คะแนน คือ พนักงานที่ได้คะแนนสูง มีการให้คุณค่าในงานสูงกว่าพนักงานที่ได้คะแนนต่ำ

## บทที่ 2

### เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการดำเนินวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน โดยมีความคาดหวังความสำเร็จและการให้คุณค่าในการทำงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน ของพนักงานบริษัททางด้านโทรคมนาคมและเทคโนโลยีการสื่อสารแห่งหนึ่ง ผู้วิจัยได้พยายามรวบรวมข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี รวมไปถึงงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนารอบแนวคิดในการวิจัย โดยมีเนื้อหานำเสนอต่อไปนี้

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม
  - 1.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม
  - 1.2 องค์ประกอบของพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม
2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร
  - 2.1 ความหมายและแนวคิดของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร
  - 2.2 องค์ประกอบของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร
  - 2.3 การวัดการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร
  - 2.4 ความสัมพันธ์เกี่ยวกับการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ความคาดหวัง และการให้คุณค่าในการทำงาน และพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม
3. ทฤษฎีความคุณค่า และความคาดหวัง
  - 3.1 ทฤษฎีความคาดหวัง และคุณค่า
  - 3.2 ความหมายของความคาดหวัง
  - 3.3 องค์ประกอบความคาดหวัง
  - 3.4 การประเมินความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน
  - 3.5 ความหมายของการให้คุณค่า
  - 3.6 องค์ประกอบการให้คุณค่า
  - 3.7 การประเมินการให้คุณค่า
  - 3.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงานต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม
4. การวิเคราะห์ตัวแปรส่งผ่าน
  - 4.1 ความหมายของตัวแปรส่งผ่าน

- 4.2 โมเดลตัวแปรส่งผ่าน
- 4.3 รูปแบบอิทธิพลส่งผ่าน
- 5. กรอบแนวคิดในการวิจัย
  - 5.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย
- 6. สมมติฐานของวิจัย

## 1. แนวคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม

ในปี 1980 มีการศึกษาแนวคิดด้านนวัตกรรมที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมของบุคคลอย่างแพร่หลายในเชิงวิทยาศาสตร์ การบริหาร การสื่อสารและมานุษยวิทยาจนไปสู่การศึกษาทางด้านจิตวิทยา โดยได้ถูกอธิบายในงานของ Kanter (1988) อธิบายอย่างขั้นตอนที่สะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการสร้างนวัตกรรม โดยต่อมา West and Farr (1989) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างนวัตกรรมแก่องค์กรโดยมุ่งเน้นที่ตัวบุคคล กลุ่มงานและองค์กร งานวิจัยในช่วงนั้นเป็นการมุ่งศึกษาในส่วนของการสร้างสรรค้้นวัตกรรมให้ชัดเจนมากขึ้น (Scott & Bruce, 1994) โดยพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมได้มีนิยามความหมายจากนักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญโดยสรุปได้ดังตาราง 1 ดังต่อไปนี้

ตาราง 1 ตัวอย่างนิยามพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

ผู้วิจัย	นิยามของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม
West and Farr (1989)	พฤติกรรมของบุคลากรในการริเริ่ม ประยุกต์และการดำเนินการด้วยความคิดแปลกใหม่ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงกระบวนการและรูปแบบการทำงานของบุคลากรทั้งในหน่วยงานหรือองค์กร
Scott and Bruce (1994)	การที่บุคคลค้นพบพัฒนาและนำความคิดใหม่มาใช้และการแก้ปัญหาในสถานการณ์ปัจจุบัน
Janssen (2000)	ความพยายามและความตั้งใจของบุคลากรในการสร้างผลลัพธ์ใหม่ที่เป็นประโยชน์ในการปฏิบัติงาน
Kleysen and Street (2001)	นวัตกรรมของแต่ละบุคคลมีรูปแบบต่างๆ ที่หลากหลาย โดยกำหนดในมุมของความแตกต่างรายบุคคล ลักษณะบุคลิกภาพ ผลลัพธ์และพฤติกรรม
George and Zhou (2001)	กล่าวว่าเป็นผลลัพธ์ของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและเหตุการณ์ทำให้เกิดแนวความคิดที่สามารถรังสรรค์งานหรือสิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ พฤติกรรมของแต่ละบุคคล

## ตาราง 1 (ต่อ)

	ที่แสดงออกทางด้านความคิดแปลกใหม่
De Jong and Den Hartog (2010)	พฤติกรรมของบุคคลที่แสดงถึงการคิดริเริ่มสิ่งใหม่และการนำความคิดใหม่มาสร้างประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์ บริการและรูปแบบการทำงานใหม่อย่างมีเป้าหมาย

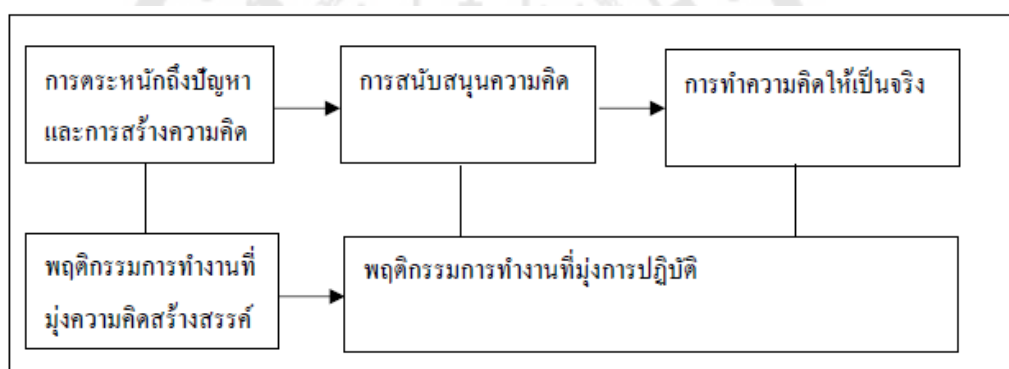
พบว่าพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมเป็นพฤติกรรมที่มีความหลากหลายซับซ้อน โดยเป็นการอธิบายถึงกระบวนการที่มีเกี่ยวข้องกันกับบุคคล หน่วยงานและองค์กร (Scott & Bruce, 1994) ทั้งนี้ส่วนประกอบของพฤติกรรมในการแสดงออกที่เกี่ยวกับการเกิดนวัตกรรม โดยกล่าวได้ว่า โครงสร้างที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมเฉพาะด้านนวัตกรรม เริ่มมาจากการพัฒนาแนวความคิดใหม่ และให้ได้รับการสนับสนุนแนวคิดในองค์กรด้วยการปฏิบัติงานร่วมกันและนำแนวคิดนั้น ทำให้เป็นจริง (West & Farr, 1989) จากนิยามที่แสดงในตารางดังตารางที่ 1 ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์นิยามพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมสำหรับการดำเนินการวิจัยนี้ (Innovative Work Behavior : IWB) ว่าหมายถึง การแสดงออกถึงพฤติกรรมในการปฏิบัติงานของบุคลากรโดยขึ้นอยู่กับความพยายามและความมุ่งมั่นตั้งใจของบุคลากรที่เป็นการริเริ่มและการสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ การนำเสนอแนวคิดใหม่และการประยุกต์ใช้แนวคิดนั้นมาปฏิบัติให้เป็นจริง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างผลลัพธ์ใหม่ที่เป็นประโยชน์ในการปฏิบัติงาน ทั้งในรูปแบบการปรับปรุง พัฒนาจนถึงการสร้างสรรค์รูปแบบการปฏิบัติงาน การให้บริการ รวมไปถึงการผลิต เพื่อให้เกิดมูลค่าหรือประโยชน์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงาน

### 1.1 ความคิดสร้างสรรค์ส่วนหนึ่งของพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม

#### 1.1.1 ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

ขั้นตอนของการสร้างสรรค์นวัตกรรมจะเห็นได้ว่า ขั้นตอนแรกของการเกิดนวัตกรรม นั่นคือ การเริ่มต้นสร้างความคิดมีส่วนเกี่ยวข้องกันโดยตรงกับความคิดสร้างสรรค์ กล่าวได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์หมายถึงการผลิตความคิดใหม่โดยเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Engagement) มีความสัมพันธ์กับโครงสร้างการรู้คิด (Cognitive) (Mumford & Gustafson, 1988) แต่ไม่ได้แสดงออกถึงการกระทำ ที่มีแตกต่างกับพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมโดยการมีส่วนร่วมในกระบวนการทางความคิดริเริ่ม กล่าวคือกระบวนการทางด้านความคิดของพฤติกรรมดังกล่าวนี้จะครอบคลุมมากกว่าการรู้คิด เช่น การระบุปัญหา การสืบค้นข้อมูล การถอดรหัส การแสดงแนวความคิดและการสร้างทางเลือก (Reiter-Palmon & Illies, 2004) โดย

หลายงานวิจัยได้ให้คำจำกัดเพื่อแยกอย่างชัดเจนระหว่างความคิดสร้างสรรค์(Creativity) และ นวัตกรรม (Innovation) ดังนี้ ความคิดสร้างสรรค์นั้นเกี่ยวข้องกับการคิดริเริ่ม(Generating) แนวความคิดใหม่ โดยแนวความคิดนั้น เป็นผลมาจากการรวบรวมประสบการณ์และการนำความคิดที่มีอยู่มาต่อยอด (Cohen และ Levinthal, 1990) โดยตัวแปรความคิดสร้างสรรค์เป็นเป็น สิ่งสำคัญต่อการเกิดนวัตกรรม (Aryee, Zhou, SUN, และ Lo, 2009; Madjar และ Ortiz-Walters, 2008) ในขณะที่นวัตกรรม ไม่ใช่แค่เพียงการสร้างความคิดใหม่เท่านั้น แต่ยังรวมถึงการยอมรับ และนำความคิดนั้นมาใช้ในองค์กรด้วย (Yuan และ Woodman, 2010) โดยรวมความหมายของ ทั้งการสร้างแนวความคิดใหม่ๆ และการลงมือปฏิบัติ (Pieterse, Van Knippenberg, Schippers, และ Stam, 2010; Song, 2021) ความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นพื้นฐานสำคัญโดยเป็นปัจจัยนำไปสู่ พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมโดยสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของแนวคิดดังกล่าวได้จาก ภาพที่ 1 ดังนี้



รูปภาพ 1 แสดงความเชื่อมโยงระหว่างกระบวนการเกิดนวัตกรรมและพฤติกรรมการทำงาน

ที่มา : (Dorenbosch, Engen, และ Verhagen, 2005)

จากภาพที่ 1 ผลงานของ Dorenbosch และคนอื่น ๆ (2005) ได้อธิบายความเชื่อมโยงในแต่ละขั้นตอนของพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมออกเป็น 4 ขั้นตอนคือ การสังเกตปัญหา การสร้างแนวความคิด การได้รับการสนับสนุนทางความคิดและการนำความคิดไปสู่การปฏิบัติให้เป็นจริง โดยผู้วิจัยได้รวบรวมขั้นตอนการมองเห็นปัญหาและการสร้างทางออกในรูปแบบของความคิดอยู่ในขั้นตอนเดียวกันมีที่เชื่อมโยงกับพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม โดยความคิดสร้างสรรค์เป็นส่วนหนึ่งกระบวนการในการรับรู้การส่งเสริมทางด้านความคิดและการทำให้



ความคิดเกิดขึ้นจริงมีความเชื่อมโยงกับการเกิดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมที่แสดงให้เห็นทั้งสองพฤติกรรมนี้

## 1.2 องค์ประกอบพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม

Kanter (1988) ได้พบว่าพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมเป็นผลมาจากการแสดงพฤติกรรมที่มีความสลับซับซ้อนโดยสามารถแยกออกเป็น 3 ประการ ประการที่หนึ่งการสร้างความคิด ประการที่สองการสนับสนุนความคิด และประการที่สามการทำให้ความคิดเป็นจริง การวัดใน 3 องค์ประกอบคือ การสร้างแนวความคิด การนำเสนอแนวความคิดและการนำแนวความคิดไปปฏิบัติจริง (Yuan & Woodman, 2010)

จากการงานวิจัยที่เกี่ยวกับการวัดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม โดยวิจัยของ Scott และ Bruce (1994) ได้ทำการแบ่งพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมระดับบุคคล (Individual Innovative Behavior) ทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มวิศวกร นักวิทยาศาสตร์และพนักงานด้านเทคนิคที่ทำงานอยู่ในฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่เป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศสหรัฐอเมริกาได้ทำการวัดเพียงมิติเดียว คือ การวัดประเมินด้วยตนเอง (Self-Rating) โดยการวัดประเมินนี้ครอบคลุม 3 องค์ประกอบ คือการสร้างแนวความคิด (Idea Generation) การนำเสนอแนวความคิด (Idea Promotion) ตลอดจนทำให้แนวความคิดเกิดขึ้นจริง (Idea Realization) ใน 6 ข้อวัด ผ่านแบบวัดประเมิน Likert Scale 5 ระดับ โดย 1 หมายถึงไม่ตรงกับตัวฉันเลย (Not at all) จนไปถึง 5 คือ ตรงกับตัวฉันมากที่สุด หรือแม้กระทั่งงานวิจัยของ Janssen (2000) ได้ทำการพัฒนาการวัดหลากหลายมิติ มีทั้งการวัดโดยใช้การประเมินตนเองและการประเมินจากเพื่อนร่วมงานรวมไปจนถึงหัวหน้างาน โดยการคิดค้นแบบวัดประเมินพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของ Janssen (2000) ที่เป็นส่วนของการประเมินตนเองมี 3 องค์ประกอบ โดยใช้ 3 ข้อวัด ในการวัดประเมินแต่ละองค์ประกอบทำให้มีข้อวัดสำหรับการวัดประเมินตนเองทั้งหมด 9 ข้อวัด โดยผลในการวัดประเมินพบว่าในแต่ละองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กัน ผลลัพธ์ที่ได้มีความใกล้เคียงกันกับงานวิจัยของ Kleysen และ Street (2001) โดยงานวิจัยล่าสุดพบว่าองค์ประกอบของพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมเพิ่มเติมคืองานวิจัยของ De Jong และ Den Hartog (2010) ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบในการวัดประเมินพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม โดยวิเคราะห์องค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมใน 4 องค์ประกอบคือ การสร้างแนวความคิด (Idea Generation) การตรวจสอบแนวความคิด (Idea Exploration) การยืนยันความสำเร็จด้านแนวความคิด (Idea Champion) และการทำให้แนวความคิดเป็นจริง (Idea Realization) องค์ประกอบเหล่านี้สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งในระดับบุคคล กลุ่มงานและองค์การ ตาม

ข้อสรุปองค์ประกอบของพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมทั้ง 4 องค์ประกอบนั้นยังไม่สามารถสรุปแน่ชัดได้ เนื่องจากพบว่าการวิเคราะห์องค์ประกอบ การสร้างแนวความคิด (Idea Generation) และการตรวจสอบแนวความคิด (Idea Exploration) นั้นมีความคล้ายคลึงกัน เนื่องมาจากเป็นกระบวนการทางความคิด อาจกล่าวได้ว่าเป็นองค์ประกอบเดียวกัน อย่างไรก็ตาม De Jong และ Den Hartog (2010) ได้สรุปว่า พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมมี 3 องค์ประกอบ และการวัดประเมินองค์ประกอบที่เหมาะสมที่สุดในการนำมาศึกษาพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมเป็นการแบ่งองค์ประกอบตามงานวิจัยของ Janssen (2000) ใน 3 องค์ประกอบ 9 ข้อวัด ในการรายงานตนเอง

จากศึกษางานวิจัย ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดการแบ่งองค์ประกอบการเกิดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมโดยยึดการแบ่งองค์ประกอบตามงานวิจัยของ Janssen (2000) และตรีทิพย์ บุญเยี่ยม (2554) ใน 3 องค์ประกอบหลัก คือ

1. การสร้างแนวความคิดใหม่ (Idea Generation) คือ การสร้างแนวความคิดที่แปลกใหม่ในทุกด้าน โดย Kanter (1988) ได้ระบุว่าความสำคัญขององค์ประกอบนี้ คือความสามารถที่จะสร้างรูปแบบใหม่ก่อนความต้องการ โดยบุคคลเป็นจุดริเริ่มของแนวคิดทั้งหมด ดังนั้นการสร้างความคิดใหม่ อาจมีความสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ รูปแบบให้การบริการและกระบวนการในการเข้าสู่ตลาดใหม่การพัฒนากระบวนการปฏิบัติงานกล่าวคือ เป็นการแสวงหาแนวทางในการแก้ปัญหา (Van de Ven, 1986) โดยประเด็นสำคัญในการสร้างความคิด คือ การเก็บข้อมูลในแนวความคิดชุดเดิมมาพัฒนาใหม่เพื่อแก้ไขปัญหาหรือปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงาน เพื่อผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น การศึกษาวิจัยดังกล่าวในการวิจัยในครั้งนี้การสร้างแนวความคิดใหม่ หมายถึง การแสดงออกด้านพฤติกรรมของบุคลากรในการสร้างแนวความคิดใหม่ในการแก้ไขปัญหา พัฒนารูปแบบการทำงานตลอดจนเสนอความคิดใหม่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ขั้นตอน หรือการให้บริการที่ทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

2. การนำเสนอแนวความคิด (Idea Promotion) โดยในขั้นตอนนี้หลังจากที่เกิดแนวความคิดสร้างสรรค์ขึ้นขั้นตอนต่อมาคือ การขายไอเดียหรือการนำเสนอแนวความคิดโดยในกระบวนการนี้ต้องอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นขั้นตอนสำคัญที่นำไปสู่การปฏิบัติจริง โดยผู้ที่สร้างแนวความคิดจะแสวงหาคนมาสนับสนุนโดยการใช้การมีส่วนร่วมของกลุ่ม เพื่อหาแนวร่วมในการสนับสนุนแนวความคิดของตนหรือเพื่อทำให้เกิดอิทธิพลหรืออำนาจในการที่จะกระทำให้เกิดการรับรู้ในแนวคิดนั้น และแสดงให้เห็นถึงแนวความคิดที่ง่ายต่อการปฏิบัติ (Kanter, 1988) โดยในกระบวนการนี้ความคิดที่แปลกใหม่อาจจะต้องเผชิญกับการต่อต้านอันเนื่องมาจาก แนวคิด

ใหม่ หรือนวัตกรรมใหม่ส่วนใหญ่มาจากการใช้วิธีการใหม่ สร้างความไม่คุ้นเคย การเสนอแนวคิดดังกล่าวนั้นจะต้องสำรวจถึงผลกระทบกับบุคลากรอย่างไร ในกรณีที่องค์ความรู้รวมไปถึงทักษะของบุคลากรไม่พัฒนาอย่างสอดคล้องกับแนวความคิด เป็นผลให้เกิดการต่อต้านขึ้นโดยเฉพาะบุคคลกรที่ไม่มีขาดความเชื่อมั่น และไม่มั่นใจกับผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น ประการต่อมาคนส่วนใหญ่จะการรับรู้ถึงข้อมูลโดยเลือกที่จะรับรู้ในมุมมองของตนเองเพียงอย่างเดียว ดังนั้นความคิดด้านนวัตกรรมจะไม่ใช่ปัจจัยหลักในการรับรู้หรือนำไปสู่การปฏิบัติ และประการสุดท้ายการต่อต้านอาจเกิดมาจากบุคคลทั่วไปที่มีแนวโน้มจะกระจายการต่อต้านโดยทำการแบ่งการปฏิบัติงานหรือเหตุการณ์ที่คุ้นเคยเนื่องจากการคุ้นชินกับการทำพฤติกรรมแบบเดิม จึงอาจทำให้เกิดแนวโน้มในการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง ในประเด็นนี้การหาผู้สนับสนุนต้องสร้างพันธมิตร ต้องอาศัยแรงกระตุ้น การจูงใจ หรือการสร้างข้อมูลที่แสดงให้เห็นอย่างเป็นที่ยอมรับได้ เพื่อให้เกิดการผลักดันสู่การปฏิบัติ (Van de Ven, 1986) จากการศึกษาวิจัยสำหรับการทำวิจัยในครั้งนี้ การนำเสนอแนวคิด หมายถึง การแสดงออกพฤติกรรมของบุคลากรในส่วนของกรนำเสนอแนวความคิดที่สร้างขึ้น โดยผู้ที่สร้างแนวความคิดจะแสวงหากลุ่มคนมาส่งเสริมแนวความคิด หรือผู้สนับสนุนเพื่อให้เกิดอิทธิพล หรืออำนาจที่จะทำให้เกิดการรับรู้ในแนวคิดร่วมกัน จนส่งผลให้แนวความคิดแสดงเป็นที่ประจักษ์และง่ายต่อการปฏิบัติ

3. การนำแนวความคิดไปสู่การปฏิบัติจริง (Idea Realization) จากการอธิบายของ Kanter (1988) พฤติกรรมในขั้นตอนนี้คือการนำแนวความคิดสู่การสร้างรูปแบบงานเชิงนวัตกรรมให้เป็นจริง เช่น การผลิตต้นแบบที่เป็นนวัตกรรม โดยเป็นสิ่งที่จับต้องได้ หรือเป็นประโยชน์เชิงพาณิชย์ อีกทั้งยังสามารถเผยแพร่ ทำซ้ำได้จำนวนมากและเป็นประโยชน์ ต้องอาศัยความพยายามในการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม จนนำไปสู่การเปลี่ยนแนวความคิดให้เป็นจริง รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบการปฏิบัติตามแนวความคิดเหล่านั้น (Kleysen & Street, 2001) จากการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยจึงอธิบาย การนำแนวคิดไปสู่การปฏิบัติจริง หมายถึง การแสดงออกด้านพฤติกรรมกระทำของบุคลากรในการปฏิบัติตามแนวความคิดเกี่ยวกับการแก้ปัญหา การปรับปรุง การพัฒนาหรือการสร้างสรรค์นวัตกรรมในรูปแบบผลิตภัณฑ์ กระบวนการ ขั้นตอน หรือการให้บริการที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรได้จริง

### 1.3 การวัดประเมินพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม

แบบวัดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม ผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงแบบวัดโดยอ้างอิงจากแบบวัดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของ Janssen (2000) ในการวัดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม 3 มิติ คือ 1) การสร้างแนวความคิดใหม่ 2) การนำเสนอแนวความคิด 3) การนำแนวความคิดสู่การปฏิบัติ

จริง โดยได้ทำการปรับมาตรวัด จาก 7 ระดับ เป็นมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ (rating scale) ตั้งแต่ ตรงกับชั้นมากที่สุด ได้ 5 คะแนน จนถึง ตรงกับชั้นน้อยที่สุด ได้ 1 คะแนน โดยการแปลผลของคะแนนคือ พนักงานที่ได้คะแนนสูง แปลว่ามีพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมสูงกว่าพนักงานที่ได้คะแนนต่ำ

## 2. การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร

### 2.1 ความหมายและแนวคิดของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร

Amabile, Conti, Coon, Lazenby, และ Herron (1996) ได้ให้ความหมายการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ว่าเป็นแนวทางขององค์กรที่ให้การส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ผ่านการนำความคิดมาพิจารณา การส่งเสริมในรูปแบบของรางวัลและรวมไปถึงการรับรู้ในผลงานที่สร้างสรรค์ขึ้น โดยมีกลไกเพื่อการพัฒนาแนวความคิดใหม่ มีการส่งต่อแนวความคิด และสะท้อนถึงการมีวิสัยทัศน์ร่วมกันในสิ่งที่องค์กรคาดหวัง ในขณะที่ Van der Vegt, Van de Vliert, และ Huang (2005) มองการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ว่าเปรียบเสมือนสภาพแวดล้อมแห่งนวัตกรรม โดยสามารถอธิบายถึงความเป็นส่วนหนึ่งของการรับรู้ร่วมกันของบุคลากรภายในที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงาน รูปแบบกระบวนการ รวมไปถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้น จากการรับรู้การสนับสนุนส่งเสริมการพัฒนาความคิดใหม่ การเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกพื้นที่การปฏิบัติงาน เหล่านี้เป็นหลักสำคัญที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงจนส่งผลถึงการขับเคลื่อนให้เกิดนวัตกรรม และสะท้อนถึงประสิทธิภาพขององค์กร สำหรับ Koys และ DeCotiis (1991) ร่วมกันทำการวิจัยและได้อธิบายถึงบรรยากาศนวัตกรรมขององค์กร ว่าเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงการสนับสนุนของสภาวะแวดล้อมต่อการเกิดความคิดสร้างสรรค์หรือนวัตกรรมขึ้นได้ โดยกล่าวว่าบรรยากาศนวัตกรรมองค์กรนั้น เปรียบเสมือนการรับรู้ของบุคลากรต่อสภาพแวดล้อมในการทำงาน ว่าองค์กรนั้นเห็นถึงสำคัญหรือมีการส่งเสริมให้บุคลากรภายใต้การดูแลเกิดความคิดสร้างสรรค์ หรือสะดวกใจที่จะลงมือกระทำในสิ่งใหม่ๆ ที่ไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรเป็นตัวแปรที่ได้รับความสนใจจากนักวิจัยจำนวนมาก นำมาประยุกต์ใช้เกี่ยวกับบรรยากาศองค์กร (Organizational climate) Fuentes-Fuentes, Albacete-Sáez, และ Lloréns-Montes (2004) ได้กล่าวว่ามิติของบรรยากาศองค์กรนั้นเป็นสิ่งที่ทำให้บุคลากรรับรู้ว่ามีสิ่งสนับสนุนให้สร้างนวัตกรรมขึ้นมาได้ บรรยากาศองค์กรเปรียบเสมือนการรับรู้ต่อลักษณะที่มองเห็นได้จากสิ่งที่องค์กรแสดงออกมา มีการรับรู้ที่แตกต่างกันออกไปตามความต้องการ และลักษณะบุคลิกภาพ (สมยศ นาวิการ, 2544) ทั้งนี้บุคคลสามารถรับรู้ได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยการรับรู้ที่แตกต่างยังเป็นผลมาจากทัศนคติ ค่านิยม และความรู้สึกของ

บุคลากร เป็นผลมาจากความสัมพันธ์กันของบุคคลภายในองค์กร ในบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ ตลอดจนภาวะความเป็นผู้นำ ที่เป็นลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างกฎเกณฑ์ขององค์กร กับพฤติกรรมของบุคคล เป็นการรับรู้หรือความรู้สึกต่อองค์การเหล่านี้ที่มีผลกระทบต่อบุคลากรในองค์กร (จุฬารัตน์ เสกนาโชค, 2547)

การที่บรรยากาศขององค์กรเปรียบเสมือนการรับรู้หรือความรู้สึกที่บุคลากรมีต่อสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานแล้วนั้น อาจกล่าวได้ว่า การรับรู้ถึงการสนับสนุนส่งเสริมนวัตกรรมขององค์กร หมายถึง การรับรู้ของบุคลากรที่มีร่วมกันต่อสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานว่ามีแนวทาง หรือวิธีปฏิบัติที่สนับสนุนการเกิดการสร้างสรรค์แนวคิด การนำเสนอแนวคิด ตลอดจนการให้ความสำคัญต่อความคิดใหม่ จนบุคลากรสามารถรับรู้ว่าการสร้างสรรค์แนวคิดใหม่และการก่อให้เกิดนวัตกรรมนั้นเป็นสิ่งสำคัญ และจะได้รับการสนับสนุนที่ดีจากองค์กร

## 2.2 องค์ประกอบการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร

จากงานวิจัยเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมของ Amabile (1997) มุ่งเน้นศึกษาถึงคุณลักษณะขององค์กรที่มีความสร้างสรรค์และเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม และองค์ประกอบใดบ้างในองค์กร จนสามารถแยกแยะระหว่างองค์การที่มีนวัตกรรมในระดับที่สูง ออกจากองค์การที่มีนวัตกรรมในระดับที่ต่ำได้ โดยการวิจัยดังกล่าวศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมการทำงานของทีมงานหนึ่งในบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ทางด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าเทคโนโลยีสูง (High Tech Electronics International) ด้วยการวิเคราะห์เครื่องมือวัดเรียกว่า KEYS: Assessing the Climate for Creativity ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 78 ข้อแยกการศึกษาออกเป็น 8 มิติที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศในการทำงาน พบว่าองค์กรที่มีนวัตกรรมในระดับที่สูงจะมีความแตกต่างจากองค์กรที่มีนวัตกรรมในระดับที่ต่ำถึง 6 มิติ ได้แก่ การให้อิสระในการปฏิบัติงาน (Freedom) การเผชิญความท้าทายในทิศทางบวก (Positive challenge) การได้รับการสนับสนุนที่ดีจากหัวหน้างาน (Supervisor encouragement) การได้รับการสนับสนุนที่ดีภายในหน่วยงาน (Work group supports) การได้รับการสนับสนุนที่ดีจากองค์กร (Organizational encouragement) และการได้รับทรัพยากรตามความต้องการอย่างเพียงพอ (Sufficient resources) ในขณะเดียวกันพบว่ามิติดูประจักษ์อีก 2 มิติ ได้แก่ การไม่ได้รับการสนับสนุนจากองค์การ (Organizational impediment) และภาระงานที่หนักเกินไป (Excessive workload pressure)

ต่อมาไบสได้เสนอทฤษฎีองค์ประกอบขององค์กรแห่งความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม โดยแสดงให้เห็นว่าบรรยากาศการทำงานมีส่วนทำให้เกิดนวัตกรรมนั้น ประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ทรัพยากร (resources) การแรงกระตุ้นจากองค์กร (organizational motivation) และ

การบริหารจัดการภายในองค์กร (management practice) ดังแสดงในภาพประกอบ 3 กล่าวได้ว่าเป็นสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานภายในองค์กรเกิดขึ้นและบุคลากร สามารถรับรู้ได้ โดยสิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดบรรยากาศนวัตกรรมในองค์กร กล่าวคือ การรับรู้การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรเป็นสิ่งสำคัญที่แสดงให้เห็นว่าองค์กรมีลักษณะขององค์กรนวัตกรรมหรือไม่ (Dee, 1999) ดังนั้นการดำเนินการวิจัยนี้ ผู้วิจัยเชื่อว่าการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร สามารถส่งเสริมให้เกิดความคาดหวังความสำเร็จในการทำงานของบุคลากร ตลอดจนบุคลากรรับรู้ถึงคุณค่าในการทำงาน และแสดงออกถึงพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม

อมาโบสได้อธิบายถึงการจูงใจโดยองค์กรนั้นมีเป็นสิ่งสำคัญยิ่งที่จะต้องเกิดขึ้นจากผู้บริหารระดับสูงขององค์กร ถือได้ว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้องค์กรก้าวสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม เช่นเดียวกันกับการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดแนวความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมภายในองค์กร (Amabile, 1997) ข้อเสนอแนะของ Ralph Katz ที่กล่าวถึงบรรยากาศเป็นสิ่งกระตุ้นช่วยให้เกิดนวัตกรรม สามารถสร้างขึ้นได้โดยผู้บริหารขององค์กร เพียงแสดงให้เห็นชัดเจนถึงผลลัพธ์ว่าบุคลากรจะได้รับผลตอบแทนจากสิ่งที่ทุ่มเทเพื่อบริษัท อาจเป็นการตอบแทนในรูปแบบต่างๆ ทั้งที่มีมูลค่าเป็นตัวเงินและมูลค่าที่ปราศจากตัวเงิน (ณัฐยา สินตระการผล, 2550)

การรับรู้ผลลัพธ์ของงานจะมีผลอย่างมากต่อการร่วมกันสร้างผลงานในระดับหน่วยงาน ทั้งนี้งานวิจัยสนับสนุนว่า การให้ผลตอบแทนกลุ่มงานจะก่อให้เกิดความสามัคคีให้กับหน่วยงาน ในขณะที่การให้ผลตอบแทนรายบุคคลอาจเกิดความขัดแย้ง เนื่องจากเกิดการแข่งขัน ท้ายที่สุดจะเป็นผลร้ายต่อการเกิดกระบวนการทางความคิดสร้างสรรค์ จนสูญเสียการเกิดของนวัตกรรมภายในองค์กรได้ และนั่นเป็นเหตุผลว่าการให้ผลตอบแทนไม่ได้ส่งผลถึงการเกิดนวัตกรรม แต่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งภายในองค์กร (West, 2004)

ในขณะที่แท้จริงแล้วทรัพยากรควรเป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่องค์กรจัดเตรียมไว้ให้เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรม การได้เวลาที่เพียงพอถือเป็นทรัพยากรด้วย อีกทั้งการมีผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ จำนวนงบประมาณที่มากพอ อุปกรณ์และเครื่องมือต่างๆ ที่ช่วยส่งเสริมกระบวนการในการปฏิบัติงาน อาจรวมไปถึงการสนับสนุนข้อมูลที่เกี่ยวข้องและการส่งเสริมให้เกิดการอบรมที่จำเป็นด้วย และสำหรับส่วนสุดท้ายที่มเป็นทรัพยากรสนับสนุนคือการบริหารงานที่มุ่งเน้นไปที่ตัวผู้บริหาร หรือเป็นผู้บริหารโครงการ ที่แสดงให้เห็นว่างานนี้มีความท้าทาย ให้การสนับสนุนกันภายในหน่วยงาน หัวหน้างานให้การสนับสนุน ตลอดจนให้อิสระในการปฏิบัติหน้าที่ (ตรีทิพย์ บุญแย้ม, 2554)

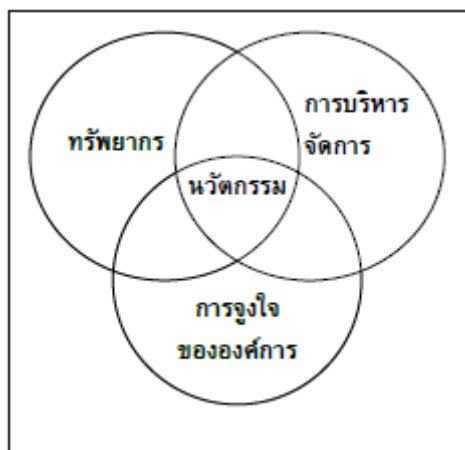
จากองค์ประกอบที่กล่าวไว้ก่อนหน้านี้ ผู้วิจัยได้นำมาเป็นหลักในการศึกษาเพิ่มเกี่ยวกับการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรพบว่า มิติบรรยากาศการทำงานที่สำคัญ 3 ประการ โดยตระหนักว่า มิติบรรยากาศการทำงานทั้ง 3 นี้ จะมีความสำคัญต่อการทำงานในงานโดยตรงอย่างไรก็ตามใน องค์ประกอบด้านสิ่งสนับสนุนมีดังต่อไปนี้

1. การรับรู้ในผลลัพธ์ของงาน (Recognition) ร่วมกัน หมายถึง การรับรู้ของบุคลากร ภายในหน่วยงาน ว่าผลงานที่สร้างสรรค์ขึ้นได้ทำประโยชน์ให้องค์กร (Contribution) นั้นเป็นที่ รับรู้ตรงกัน (Koys & DeCotiis, 1991) จนได้รับการยกย่องชมเชย หรือได้รับผลตอบแทนเป็น รางวัล (Amabile, 1997)

2. การสนับสนุนด้านทรัพยากรเหมาะสม (Sufficient resources) หมายถึง การรับรู้ ร่วมกันของบุคลากรว่าได้รับการสนับสนุนทรัพยากรจากองค์กร ที่จัดเตรียมไว้อย่างเหมาะสม ได้แก่ เงินทุน วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมไปถึงการได้รับข้อมูล ข่าวสาร (Amabile, 1997)

3. การสนับสนุนของผู้บังคับบัญชา (Supervisory encouragement) หมายถึง การ รับรู้ร่วมกันของบุคลากร ที่เป็นผู้บังคับบัญชาโดยตรง ว่าเป็นตัวอย่างที่ดีควรทำตาม อีกทั้งยังให้ อิสระในการปฏิบัติงาน (Amabile, 1997) ตลอดจนการให้โอกาสได้เรียนรู้จากข้อผิดพลาดที่เคย เกิดขึ้น โดยปราศจากความกลัวว่าจะได้รับการลงโทษ (Koys & DeCotiis, 1991)

แสดงให้เห็นว่าจากทฤษฎีองค์ประกอบขององค์กรที่มีความสร้างสรรค์และนวัตกรรมของอ มาไบล์ ได้ระบุถึงการสนับสนุนด้านทรัพยากรอย่างเหมาะสม และปัจจัยอีก 2 ประการ คือ การสนับสนุนของผู้บังคับบัญชาและการรับรู้ในผลลัพธ์ของการปฏิบัติงาน มีหลักฐานยืนยันความ เหมาะสมที่จะเป็นมิติที่เหลือของการสนับสนุนนวัตกรรมในองค์กร โดยงานวิจัยของ Fuentes-Fuentes และคนอื่น ๆ (2004) ทำการศึกษาระหว่างบรรยากาศขององค์กรกับการรับรู้ถึงการ สนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร โดยศึกษากับบุคลากรบริษัทไฟแนนท์ในประเทศสเปนจำนวนทั้งสิ้น 312 คน ที่มาจาก 80 บริษัท ผลการศึกษาพบว่า บรรยากาศขององค์กรมีการสัมพันธ์กับการรับรู้ การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร 3 มิติ คือการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา ความสามัคคี และ การรับรู้ในผลงาน ในงานวิจัยครั้งนี้วางมิติบรรยากาศของงาน 2 มิติ คือ การสนับสนุนของ ผู้บังคับบัญชา และการรับรู้ในผลลัพธ์ของการปฏิบัติงานมาศึกษาในครั้งนี้



รูปภาพ 2 องค์ประกอบของบรรยากาศนวัตกรรมในองค์กร

ที่มา : Amabile (1997)

จึงทำให้สรุปได้ว่าการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่ การรับรู้ร่วมกันในผลลัพธ์ของงาน การสนับสนุนทรัพยากรอย่างเหมาะสม และการสนับสนุนของผู้บังคับบัญชา ก็อาจเกิดคำถามขึ้นได้ว่าการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร จะสามารถส่งผลไปยังพฤติกรรมการทำงานของพนักงานในองค์กรได้อย่างไร ทั้งนี้อาศัยทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคมที่ช่วยอธิบายว่า บุคคลมักจะคิดเรื่องการลงทุนและผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนนั้นๆ ถือเป็น การแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ร่วมกัน และในที่นี้ก็คือการที่บุคลากรภายในองค์กร พิจารณาว่าสิ่งที่องค์กรได้ทำให้แก่เขาเป็นสิ่งที่เขาพึงพอใจหรือไม่ การสนับสนุนขององค์กรจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการเกิดพฤติกรรมของบุคลากรในองค์กร โดยเป็นไปได้ทั้งทิศทางบวกและลบ (สิทธิโชค วรานุสันติ, 2546)

### 2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน การให้คุณค่าในงาน และพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม

จากการศึกษาเกี่ยวกับบรรยากาศที่สนับสนุนการสร้างนวัตกรรมพบว่า West และ Wallace (1991) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับนวัตกรรมของทีมงาน เป็นการวิจัยในกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านสุขภาพ จำนวนทั้งสิ้น 43 กลุ่ม พบว่า ปัจจัยสำคัญที่บอกได้ว่านวัตกรรมระดับกลุ่มงานมีระดับที่สูง คือ บรรยากาศความเป็นองค์กรนวัตกรรม จากการศึกษาครั้งนี้ได้ให้ความหมายบรรยากาศความเป็นองค์กรนวัตกรรมไว้ว่า เป็นการรับรู้ร่วมกันของบุคลากรถึงการสนับสนุนทางด้านความคิดจากองค์กร โดยอธิบายความแปรปรวนร่วมกันของนวัตกรรมระดับหน่วยงานได้



ถึงร้อยละ 40 เช่นเดียวกับการศึกษาค้นพบของ Crespell และ Hansen (2008) อธิบายว่าบรรยากาศการทำงานภายในองค์กรเป็นสิ่งส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมโดยบุคลากรสามารถรับรู้ได้

Zhou และ George (2001) ทำการศึกษาคุณลักษณะความคิดสร้างสรรค์บริษัทผลิตอุปกรณ์ชุดเจาะน้ำมันในพนักงานจำนวน 149 คน โดยพบว่าพนักงานที่รับรู้ถึงการสนับสนุนขององค์กร ในรูปแบบของการรับรู้ถึงคุณค่าของผลการปฏิบัติงานสูง จะมีความคิดสร้างสรรค์สูงด้วย เป็นความคิดสร้างสรรค์เป็นหนึ่งในองค์ประกอบของพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม แม้ว่าจะไม่ชอบงานที่ทำอยู่ และการรับการสนับสนุน เป็นการรับรู้ร่วมกันของบุคลากรที่ได้รับความไว้วางใจ ตลอดกำลังใจที่ดีจากเพื่อนร่วมงาน การสนับสนุนในระดับที่สูง จะช่วยให้บุคลากรรับรู้ร่วมกันว่าเป็นส่วนหนึ่งของหน่วยงาน ที่ได้รับการช่วยเหลือทั้งจากหน่วยงาน และผู้บังคับบัญชา (เทียนศรี บางม่วงงาม, 2562)

Crespell และ Hansen (2008) ได้ทำการศึกษาบรรยากาศขององค์กรที่ประสบความสำเร็จด้านนวัตกรรมกับกลุ่มพนักงานทุกระดับชั้นในบริษัทผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ขนาดเล็กในสหรัฐอเมริกา พบว่าการสนับสนุนจากผู้บริหารงานและทรัพยากรที่เพียงพอ มีความสัมพันธ์กับการสร้างนวัตกรรมในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ บรรยากาศองค์กรเป็นสิ่งที่กำหนด หรือ บ่งชี้ทิศทางขององค์กร การรับรู้โดยบุคลากรในองค์กรนั้น มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจ ทางด้านความคาดหวัง และเห็นถึงคุณค่าในการทำงาน (สุพรรณิ พิกุลทอง, 2559)

### 3. ทฤษฎีความคาดหวัง และการให้คุณค่า

เป็นทฤษฎีที่ได้อธิบายถึงกระบวนการเกิดแรงจูงใจต่อการประสบความสำเร็จ (Wigfield, 1994) โดยทฤษฎีนี้เป็นที่สนใจของนักวิจัยจำนวนมาก Vroom (1964) อธิบายถึงทฤษฎีนี้ว่าเป็นแรงจูงใจที่จะทำให้เกิดการแสดงออกพฤติกรรมโดยมีปัจจัย 2 ประการเป็นตัวกำหนด ประการแรก ความคาดหวังว่าผลลัพธ์มีความเป็นไปได้เพียงใดที่จะลงมือปฏิบัติ และประการที่สองคุณค่าเป็นผลลัพธ์ที่จะกำหนดระดับการให้ความสำคัญของแต่ละบุคคล เมื่อปัจจัยหลักทั้งสองนี้ผนวกเข้าด้วยกัน จึงสามารถแสดงได้ด้วยสมการอย่างง่าย คือ แรงจูงใจคือความคาดหวังคูณกับคุณค่า บุคคลจะเกิดแรงจูงใจที่สูงขึ้น เมื่อความคาดหวังและเห็นถึงค่าของผลลัพธ์ที่สูง ดังนั้นความคาดหวังและการให้คุณค่าสิ่งสำคัญที่ช่วยกำหนดขนาดและทิศทางของแรงจูงใจภายในบุคคล (Weiner, 1985) แสดงออกถึงกระบวนการในการที่จะเลือกมีส่วนร่วมในงานของบุคคล (Soyoung & Sungchan, 2017) โดยกระบวนการเกิดแรงจูงใจส่วนใหญ่จะมีที่มาจากความต้องการเป็นของบุคคล (Need) โดยทำให้เกิดแรงขับเคลื่อนของบุคคล (Drive) ที่สามารถนำไปสู่ผลสำเร็จ (สิทธิพงษ์ วัฒนานนท์สกุล, 2561) โดยการคาดหวังความสำเร็จเปรียบเหมือนความเชื่อของบุคคลที่

เกี่ยวข้องกับความสามารถ (abilities) ที่จะช่วยให้การทำงานบรรลุผลสำเร็จเป็นผลมาจากประสบการณ์ที่ผ่านมา (previous experiences) ความคาดหวัง (expectation) เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่กำหนดทิศทางของการแสดงออกทางด้านพฤติกรรมผ่านการตั้งเป้าหมาย (goals) เมื่อเผชิญสถานการณ์ต่างๆ (environmental influences) และเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลถึงการเลือกการมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ที่บุคคลความพยายาม (Conley, 2012) ส่วนการให้คุณค่า คือ ความรู้สึกนึกคิดในส่วนของการชี้นำพฤติกรรม เมื่อบุคคลเห็นถึงคุณค่าก็จะให้ความสำคัญ ความสนใจ และเห็นถึงคุณประโยชน์ในสิ่งนั้นจนเกิดเป็นความยึดมั่น การคาดหวังและการให้คุณค่าดังกล่าวจึงเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลเกิดความเชื่อด้านแรงจูงใจ (motivational beliefs) นำไปสู่ผลลัพธ์แห่งการกระทำ แต่บุคคลจะเกิดความเชื่อด้านแรงจูงใจได้นั้น บุคคลต้องรับรู้และตีความ (interpretations) จากประสบการณ์ที่ผ่านมาเป็นตัวช่วยกำหนดทิศทางที่ช่วยสนับสนุนให้เกิดการคาดหวังและการให้คุณค่าต่อการสร้างการเปลี่ยนแปลง (Eccles & Wigfield, 2002)

### 3.1 โมเดลทฤษฎี Expectancy – Value

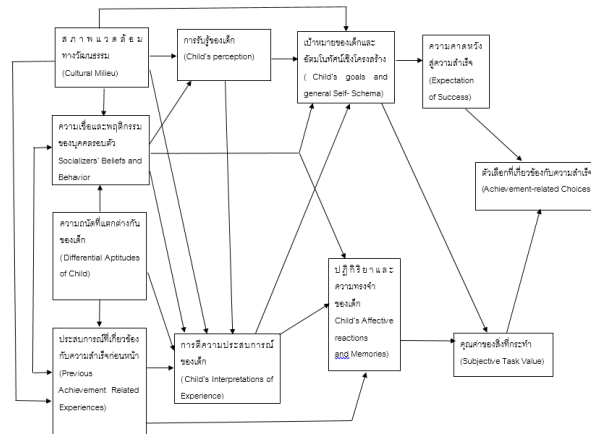
ผู้วิจัยขอแนะนำเสนอโมเดลทฤษฎี Expectancy – Value เป็นทฤษฎีที่ใช้อธิบายกรอบแนวคิดในการทำวิจัยครั้งนี้ โดยได้อธิบายเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย การรับรู้การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงาน ผู้วิจัยได้นำเสนองานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่าง การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงาน เพื่อแสดงให้เห็นถึงสัมพันธ์ของตัวแปรในการดำเนินการวิจัยนี้ จะนำไปสู่กรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

โมเดลทฤษฎีความคาดหวังและคุณค่า ของ Eccles และคณะ (Eccles & Wigfield, 2002) เป็นผู้พัฒนาแนวคิดทฤษฎีความคาดหวัง - คุณค่า ได้อธิบายให้เห็นถึงความสำคัญของความคาดหวังและคุณค่าที่ส่งผลต่อความสำเร็จของบุคคล โดยเป็นสิ่งที่กำหนดทิศทางของพฤติกรรมเพื่อนำไปสู่ความพยายามจนประสบความสำเร็จตามที่บุคคลตั้งเป้าหมายไว้ โดยแนวคิดนี้พัฒนาจากของทฤษฎีของ John Atkinson (Atkinson, 1964; Atkinson & Feather, 1966; Wigfield & Eccles, 1992) พัฒนาแบบจำลองความคาดหวัง - คุณค่าเป็นคนแรก โดยได้รับอิทธิพลจาก Kurt Lewin ที่อธิบายถึงความมุ่งมั่นที่มีผลต่อความสำเร็จที่แสดงออกเชิงพฤติกรรมเป็นผลมาจากความคาดหวังของแต่ละบุคคลที่มีเป้าหมายต่อความสำเร็จในอนาคตของตนเอง โดยความมุ่งมั่นขึ้นอยู่กับระดับของความสามารถตนเอง (Lewin, 1938) ทั้งนี้ John Atkinson มี

ความเชื่อว่าเป็นสิ่งกำหนดลักษณะและแรงจูงใจของบุคคล จนเกิดความคาดหวังและเห็นถึงคุณค่าสิ่งนั้น

ขณะเดียวกัน Vroom (1964) เชื่อว่าความคาดหวัง (expectancy) เกี่ยวกับงาน การใช้งานเป็นเครื่องมือ (instrumentality) และคุณค่าของงาน (valence) เป็นองค์ประกอบของแรงจูงใจภายในบุคคล และต่อมา Eccles และ Wigfield (2002) ได้ทำการพัฒนาทฤษฎีความคาดหวังและการให้คุณค่าขึ้นมาใหม่ (modern expectancy – value theory) ได้นิยามว่า ความคาดหวัง คือการที่บุคคลเชื่อมั่นในความสามารถ โดยรวมไปถึงการให้คุณค่าในการปฏิบัติงานด้วยการกระตุ้นในสิ่งที่ลงมือกระทำ expectancy – value model ของ Eccles มาจากความเชื่อภายในบุคคลที่มีแรงจูงใจจากผลลัพธ์ทางความคิด (cognitive process) หมายถึง กระบวนการที่เกิดขึ้นภายในที่ส่งผลโดยตรงกับการรับรู้ถึงสิ่งแวดล้อมด้านสังคม (perception of social environment) กับการตีความเหตุการณ์ที่ผ่านมาแล้ว (interpretations and attributions of past events) จากโมเดลสังเกตได้ว่าจะได้รับอิทธิพลจากภายนอกทางด้านซ้ายสุด ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและสังคม (cultural milieu) ความเชื่อที่ได้รับอิทธิพลจากคนที่คบหาสมาคมด้วย (socializers behaviors) ในบริบทขององค์กรเปรียบเทียบอื่น ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน รวมถึงความสำเร็จในอดีต (past performance and events) จากโมเดลเห็นว่า ความคาดหวังและการให้คุณค่ามีอิทธิพลทางตรงต่อผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน

จากทฤษฎีข้างต้น อธิบายไว้ว่า ความคาดหวังและคุณค่าที่บุคคลมีต่อการประสบความสำเร็จเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องมาจากเป็นสิ่งที่นำไปสู่การพยายามเพื่อไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ เป็นส่วนสำคัญที่มีผลต่อการเรียนรู้และความสำเร็จ (Eccles & Wigfield, 1995, 2002) การที่จะเกิดความเชื่อมั่นในความคาดหวังความสำเร็จ และเกิดการให้คุณค่าได้ย่อมเกิดจากการรับรู้ถึงการสนับสนุนที่ดี เมื่อมีความเชื่อในความสามารถแห่งตนเอง ย่อมคาดหวังว่าจะสามารถทำกิจกรรมได้สำเร็จลุล่วง ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมและสัมฤทธิ์ผลตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ในขณะที่บุคคลจะให้คุณค่ากับสิ่งใดสิ่งหนึ่งเกิดจากการตั้งเป้าหมายเพื่อรับรู้ถึงความสามารถของตนในการลงมือทำจนบรรลุผลสำเร็จได้ (Lewin, 1938) โดย Eccles, O'Neill, และ Wigfield (2005) แบ่งองค์ประกอบการให้คุณค่าออกเป็น 4 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบแรกคุณค่าในความสำเร็จ (attainment value) องค์ประกอบที่สองคุณค่าต่อภายใน (intrinsic value) องค์ประกอบที่สามคุณค่าประโยชน์ (utility value) และ องค์ประกอบที่สี่ความคุ้มค่า (cost)



รูปภาพ 3 โมเดลทฤษฎีความคาดหวัง - คุณค่า

ที่มา : (Eccles and Wigfield, 2002; Wigfield, 2002; Wigfield and Eccles, 2001)

### 3.2 ความหมายความคาดหวัง

Vroom (1964) อธิบายถึงความคาดหวังว่าเป็นการรับรู้ความสามารถ หรือโอกาสของบุคคลที่ทำงานหรือแสดงออกพฤติกรรมได้บรรลุสำเร็จตามเป้าหมายได้

Merry (1962) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังว่าเป็นการประเมินความสามารถของบุคคลในการกระทำ โดยจะคะเนผลลัพธ์ไว้ก่อนกระทำ และเห็นถึงโอกาสที่จะประสบความสำเร็จ หรือรู้สึกผิดหวังต่อเป้าหมายได้

Finn (1972) กล่าวว่าไว้ว่าความคาดหวังคือการประเมินด้านจิตใจของบุคคลถึงความสามารถ และมีความคาดหวังนั้นมาเป็นแนวทางเพื่อแรงจูงใจภายใน หรือแท้จริงแล้วความคาดหวังเป็นตัวกำหนดทิศทางการแสดงออกของพฤติกรรมตามคาดหวัง

Sarbin และ Mancuso (1970) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ว่า พฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกโดยอาศัยความนึกคิดคาดคะเนดังที่ได้ว่า จะสบายใจ เมื่อกระทำสิ่งใดลงไป ที่ไม่ตรงกับการคาดคะเน ความไม่สบายใจก็จะส่งผลให้กระทบต่อพฤติกรรมของบุคคลนั้นด้วย

ในขณะเดียวกัน Mondy (1990) ได้กล่าวถึงความคาดหวังว่าเป็นการคาดการณ์ของบุคคลต่อสิ่งต่างๆ โดยใช้ประสบการณ์ในอดีตเป็นตัวกำหนดความคาดหวัง กล่าวได้ว่าความคาดหวังเป็นความรู้สึก ความคิดเห็น เป็นประจักษ์ทางด้านพฤติกรรม การแสดงออกของบุคคลจะเป็นไปในทิศทางใดเพื่อตอบสนองถึงผลลัพธ์ที่ตั้งไว้ก่อนหน้า

Eccles และ Wigfield (2002) ได้อธิบายเกี่ยวกับความคาดหวังไว้ว่าเป็นความเชื่อที่มีต่อความสามารถในการที่จะลงมือกระทำที่บุคคลรับรู้ในกิจกรรมต่างๆ

พจนานุกรม Oxford University (1967) ความคาดหวังหมายถึง สภาวะที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ เป็นการรู้คิดของบุคคลที่คาดการณ์เอาไว้ล่วงหน้าต่อสิ่งที่พึงจะกระทำว่าจะจะเป็นหรือไม่เป็นตามสิ่งที่คาดหวังไว้ และจากงานวิจัยของ ฤทัย นิธิธนวิชิต (2553) ได้นิยามความหมายความคาดหวังไว้ว่าเป็นการรู้คิด ความเชื่อ ความมุ่งหวัง ความต้องการต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยมีการคิดไว้ล่วงหน้าจากความมุ่งหวังในสิ่งที่เป็นไปได้ว่าจะเกิดขึ้นตามผลที่คิดไว้แล้ว

จากการศึกษางานวิจัยข้างต้นเกี่ยวกับความหมายของความคาดหวัง งานวิจัยนี้จึงได้กำหนดความหมายของความคาดหวังว่าเป็นการคาดการณ์ถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เกิดขึ้นบนพื้นฐานความคิด ความรู้สึก หรือการแสดงออกเชิงพฤติกรรมว่าจะเป็นไปได้หรือไม่ในอนาคต โดยมีประสบการณ์เดิม และการประเมินถึงระดับความสามารถของตนเองเป็นพื้นฐาน

### 3.3 องค์ประกอบของความคาดหวัง

จากการศึกษาตามแนวคิดของ Vroom ได้แบ่งองค์ประกอบออกเป็น 3 องค์ประกอบ

1. ความคาดหวังต่อผลการปฏิบัติงาน เป็นการรับรู้ว่าจะทุ่มเทพยายามมากน้อยเพียงใดที่จะลงมือกระทำ หรือแสดงออกถึงพฤติกรรม หากบุคคลได้ใช้ความพยายามของตนเองร่วมกับองค์ประกอบความพร้อมอื่นๆ และหากประเมินแล้วพบว่ามีความพร้อมพร้อม บุคคลจะสามารถตัดสินใจแสดงออกถึงพฤติกรรมกับงานนั้นด้วยความพยายามอย่างสุดความสามารถ แต่ถ้าพบว่างานนั้นเป็นสิ่งยากเกินความสามารถที่บุคคลได้ประเมินภายในตนเองแล้วนั้น รวมไปถึงการขาดการส่งเสริมสนับสนุนอย่างเหมาะสม บุคคลอาจตัดสินใจที่จะไม่แสดงออกพฤติกรรมออกมา ดังนั้น การเตรียมสิ่งสนับสนุนสภาพแวดล้อมในการทำงาน และการรับรู้บุคคลในความสามารถจึงเป็นสิ่งจูงใจที่สำคัญต่อการเกิดความพยายามที่จะออกแสดงพฤติกรรมในการปฏิบัติงาน

2. ความคาดหวังในผลลัพธ์ของการปฏิบัติงานต่อผลลัพธ์ของงาน เป็นการประมาณการไว้ก่อนที่จะแสดงออกพฤติกรรมในการทำงาน หากแสดงพฤติกรรมสุดความสามารถจะได้ผลลัพธ์เช่นไร คู่มีค่ากับรางวัลหรือไม่ โดยรูปแบบของรางวัลที่เป็นชัดเจน เช่น ตัวเงิน การได้รับสวัสดิการ หรือผลการประเมินงาน เป็นต้น ส่วนรางวัลในรูปแบบนามธรรม เช่น เกิดความรู้สึกภายในที่ อิ่มอกอิ่มใจในความสำเร็จ ดังนั้น ผลลัพธ์จากการทำงานจึงเป็นสิ่งกระตุ้นแรงจูงใจสนับสนุนให้เกิดการแสดงออกทางด้านพฤติกรรม

3. ความคาดหวังคุณค่าจากผลลัพธ์ เป็นประเมินล่วงหน้าถึงคุณค่าของผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลจากการทำงาน โดยผลลัพธ์ที่แตกต่างจะส่งผลต่อการให้คุณค่าที่แตกต่างกันออกไป แม้

จะเป็นงานเดียวกัน เมื่อบุคคลมีการคาดหวังในคุณค่าของผลลัพธ์ไว้มากแสดงว่าสิ่งตอบแทนในรูปแบบรางวัลนั้นมีมูลค่าสูง แต่ถ้าหากรับรู้ว่าคุณค่าของผลลัพธ์น้อย อาจกล่าวได้ว่าผลตอบแทนมีมูลค่าน้อย ดังนั้น ผลตอบแทนมูลค่าสูงจะเป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจส่งผลให้บุคคลตัดสินใจที่จะแสดงออกพฤติกรรมในงาน

ในขณะที่ Wigfield และ Eccles (2000) อธิบายแรงจูงใจในส่วนของความคาดหวังที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อไว้ 2 องค์ประกอบ องค์ประกอบแรกคือ ความเชื่อในความสามารถ (competence beliefs) คือ การที่บุคคลรับรู้ถึงความสามารถในการปฏิบัติงานได้สำเร็จ (Fredricks & Eccles, 2002) และการประเมินถึงความสามารถที่จะลงมือกระทำทำให้สำเร็จในงานที่แตกต่าง หรือการรับรู้ถึงความสามารถในปัจจุบันต่อการปฏิบัติหน้าที่ (Xiang, McBride, และ Guan, 2004) องค์ประกอบที่สอง คือความคาดหวังต่อความสำเร็จ (expectancies for success) คือ การเชื่อในสมรรถนะของบุคคลว่าจะสามารถลงมือกระทำสิ่งนั้นให้เกิดผลสำเร็จที่น่าพึงพอใจได้ดี (Wigfield, 1994)

### 3.4 การวัดความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน

แบบวัดสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการปรับปรุงแบบวัดโดยอ้างอิงจากแบบวัดความคาดหวังความสำเร็จจากงานวิจัยของ อธิษฐาน ทองทรัพย์ (2563) ที่ทำการพัฒนาโดยอ้างอิงแนวคิดของ Wigfield และ Eccles (2000) ที่อ้างอิงจากทฤษฎี expectancy – value theory นำข้อวัดมาปรับปรุงให้เหมาะสมกับงานวิจัย โดยมาตรวัดเป็นแบบการประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ตรงกับตัวฉันมากที่สุด ให้ 5 คะแนน จนถึง ตรงกับตัวฉันน้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน โดยการแปลผลของคะแนน คือ คะแนนสูง แสดงให้เห็นว่าความคาดหวังความสำเร็จในการปฏิบัติงานมีสูง

### 3.5 ความหมายของการให้คุณค่า

การคาดหวังต่อความสำเร็จ เป็นความเชื่อส่วนบุคคลที่มีต่อความสามารถ ในการปฏิบัติงานให้สำเร็จ โดยมีประสบการณ์ในอดีต ความคาดหวัง เป็นปัจจัยหลักในการกำหนดทิศทางของพฤติกรรมที่ถูกกำหนดเป้าหมายไว้ เมื่ออยู่ในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ต่อมาการให้คุณค่าเสมือนความรู้สึกนึกคิดที่เป็นสิ่งกระตุ้นในการสร้างแรงจูงใจ หรือช่วยชี้้นำให้แสดงพฤติกรรมออกมา โดยบุคคลที่เห็นคุณค่ามักให้ความสำคัญและใส่ใจ รวมไปถึงการเห็นคุณค่าประโยชน์ในสิ่งๆ นั้นจนเกิดเป็นความยึดมั่น การที่บุคคลเกิดคาดหวังและการให้คุณค่าส่งผลให้เกิดความเชื่อในด้านแรงจูงใจ (motivational beliefs) ที่ช่วยนำไปสู่ผลสัมฤทธิ์ที่ตั้งไว้ แต่ต้องผ่านการรับรู้และตีความหมาย ถึงจะเกิดความเชื่อในด้านแรงจูงใจได้ ทั้งนี้ประสบการณ์ที่ผ่านเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งเสริมก่อให้เกิดความคาดหวังและการให้คุณค่าต่อการสร้างความเปลี่ยนแปลง (Eccles & Wigfield, 1995, 2002)

### 3.6 องค์ประกอบของการให้คุณค่า

Eccles และ Wigfield (1995) ได้แบ่งการให้คุณค่าออกเป็น 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. คุณค่าในความสำเร็จ คือ การให้ความสำคัญโดยการรับรู้ถึงรายละเอียดของงาน โดยการรับรู้ถึงรายละเอียดของงาน ช่วยอธิบายการให้คุณค่าในความสำเร็จได้ เช่น การเชื่อว่าการได้รับการประเมินที่สูงมีความสำคัญต่อหน้าที่การงานในอนาคต จะส่งผลให้บุคลากรกระตือรือร้นในการทำงาน ดังนั้นการให้คุณค่าความสำเร็จในการทำงานสูง

2. คุณค่าภายในจิตใจ คือ ความเป็นสุข ความพึงพอใจเกิดขึ้นจากภายใน สามารถรับรู้ได้ในขณะลงมือทำกิจกรรม โดยเกิดจากความสนใจของบุคคลจะแสดงออกในกิจกรรมที่กระทำ โดยบุคคลจะแสดงออกถึงความกระตือรือร้นในการทำกิจกรรมเพราะเป็นสิ่งที่เกิดจากความพึงพอใจ

3. คุณประโยชน์ คือ สิ่งนั้นมีคุณประโยชน์กับผลลัพธ์ในปัจจุบันไปจนถึงเป้าหมายในอนาคต เช่น การตั้งใจปฏิบัติงานเพื่อให้ได้ผลการประเมินที่ดี

4. ความคุ้มค่า คือ คุณค่าของสิ่งนั้นมีความสำคัญมากน้อยเพียงใดที่จะกระทำ โดยสามารถแยกจากปัจจัยข้างต้นที่เป็นคุณค่าภายในบุคคล (Eccles & Wigfield, 2002) เนื่องจากเป็นปัจจัยด้านลบที่ประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ 1) การรับรู้ถึงความพยายามที่จะทำจนสำเร็จ 2) การสละเวลาในการลงมือทำ 3) การคาดการณ์ถึงความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น (Eccles, 1983) ปัจจัยของความคุ้มค่าทั้ง 3 ปัจจัย มีความสัมพันธ์ต่อการให้คุณค่าของบุคคล ที่จะช่วยกระตุ้นให้เกิดความพยายามจนให้สำเร็จ

### 3.7 การวัดการให้คุณค่า

ผู้วิจัยได้นำแบบวัดคุณค่าของ อธิษฐาน ทองทรัพย์ (2563) มาทำการปรับปรุง ที่อ้างอิงแนวคิดของ Wigfield และ Eccles (1992) เป็นหลักในการปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมสำหรับการดำเนินงานวิจัยนี้ โดยมาตรวัดเป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ ตรงกับตัวฉันมากที่สุด ให้ 5 คะแนน จนถึง ตรงกับตัวฉันน้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน โดยแปลผลของคะแนน คือ เมื่อได้คะแนนสูงหมายความว่ามีการให้คุณค่าในงานสูง

### 3.8 ความเกี่ยวข้องของความคาดหวังความสำเร็จในงาน และการให้คุณค่าในงาน กับพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงานที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม พบว่าม้งานวิจัยที่มีความสอดคล้องกัน รายละเอียด ดังนี้

Phuong Le และ คณะ (2021) ได้ทำการศึกษาวิจัยในพนักงานชาวเวียดนามจำนวน 455 คน หลากหลายบริษัท โดยงานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าค่านิยมของบุคคลมีผลกระทบเชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม โดยค่านิยมเป็นความคิด ความเชื่อของบุคคลที่รับรู้ในคุณค่าของสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไม่มีเงื่อนไข

Santoso และ Furinto (2018) ได้ทำการวิจัยในพนักงานจำนวน 198 คน ในบริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านการสื่อสารของประเทศอินโดนีเซีย พบว่า พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสามารถของตนเอง, การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้นำ และการรับรู้สภาพแวดล้อมการทำงานที่เป็นมิตร

#### 4. การวิเคราะห์ตัวแปรส่งผ่าน

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ของอิทธิพลทางตรงของการรับรู้การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม รวมทั้ง อิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผ่านความคาดหวังความสำเร็จ และการให้คุณค่าในการทำงาน การวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมนั้นต้องมีการวิเคราะห์ตัวแปรส่งผ่าน ดังนั้นสาระสำคัญในส่วนนี้จะเป็นการนำเสนอรายละเอียดของการวิเคราะห์ตัวแปรส่งผ่าน โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) ความหมายของตัวแปรส่งผ่าน 2) โมเดลกรณีตัวแปรส่งผ่าน 3) ประเภทอิทธิพลส่งผ่าน และ 4) วิธีการวิเคราะห์ตัวแปรส่งผ่าน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

##### 4.1 ความหมายของตัวแปรส่งผ่าน

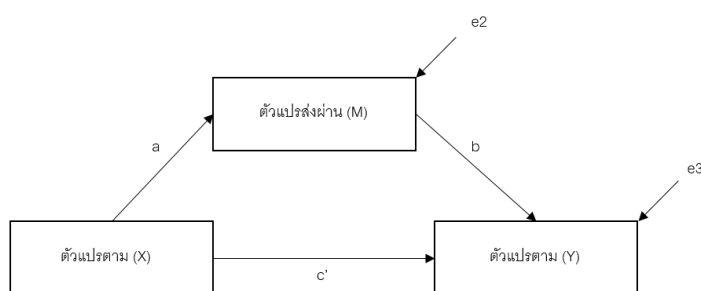
MacKinnon, Fairchild, และ Fritz (2007) อธิบายว่า ตัวแปรส่งผ่านเป็นตัวแปรที่อยู่ระหว่างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยตัวแปรอิสระเป็นตัวแปรที่ส่งผลให้เกิดตัวแปรส่งผ่าน และตัวแปรส่งผ่านเป็นตัวแปรที่ก่อให้เกิดตัวแปรตามตามลำดับ

Gunzler, Chen, Wu, และ Zhang (2013) ได้กล่าวว่า ตัวแปรส่งผ่านเป็นตัวแปรคั่นกลางที่ช่วยอธิบายความเป็นไปของตัวแปรอิสระที่ส่งผลถึงตัวแปรตาม สรุปได้ว่า ตัวแปรส่งผ่าน หมายถึง ตัวแปรที่ช่วยอธิบายสาเหตุของการเกิดหรืออธิบายอิทธิพลจากตัวแปรตามที่เกิดขึ้นจากตัวแปรอิสระได้

##### 4.2 โมเดลตัวแปรส่งผ่าน



การวิจัยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร เช่น ตัวแปร X และตัวแปร Y โดยเขียนเป็นความสัมพันธ์ได้คือ  $X - Y$  เป็นความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปร และสามารถตีความความหมายได้ว่าตัวแปร X เป็นเหตุก่อให้เกิดตัวแปร Y จากนั้นมีการอธิบายถึงตัวแปรส่งผ่าน ในรูปแบบตัวแปรพื้นฐาน ที่เพิ่มตัวแปรอื่นเข้ามาในการช่วยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัวแปร โดยที่ตัวแปร X ก่อให้เกิดตัวแปรส่งผ่าน M และตัวแปรส่งผ่าน M ก่อให้เกิดตัวแปร Y ดังนั้น โดยเขียนเป็นความสัมพันธ์ได้คือ  $X - M - Y$  หรือเขียนได้ในรูปโมเดลได้ดังนี้



รูปภาพ 4 โมเดลตัวแปรส่งผ่าน

ที่มา : MacKinnon et al. (2007)

จากภาพประกอบแสดงถึงโมเดลตัวแปรส่งผ่าน เป็นรูปแบบใช้เป็นส่วนใหญทางด้านจิตวิทยาประยุกต์ โดยที่เส้นทาง a แทนอิทธิพลทางตรงของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรส่งผ่าน เส้นทาง b แทนอิทธิพลทางตรงของตัวแปรส่งผ่านต่อตัวแปรตาม โดยที่ควบคุมตัวแปรอิสระให้คงที่ และเส้นทาง c' แทนอิทธิพลทางตรงของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตาม เมื่อควบคุมตัวแปรส่งผ่านให้มีค่าคงที่ ส่วน e2 และ e3 แทนค่าเศษเหลือ (Residuals) หรือค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรส่งผ่านและตัวแปรตามตามลำดับ โดยรูปโมเดลตัวแปรส่งผ่านข้างต้นนั้นแสดงให้เห็นทั้งอิทธิพลทางตรงของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม และอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม โดยส่งผ่านตัวแปรส่งผ่าน (MacKinnon และคนอื่น ๆ, 2007)

#### 4.3 รูปแบบของอิทธิพลส่งผ่าน

อิทธิพลส่งผ่าน (Mediating effect) ที่เกิดขึ้นในโมเดลตัวแปรส่งผ่าน  $X \rightarrow M \rightarrow Y$  พบว่ามีหลากหลายรูปแบบ (MacKinnon และคนอื่น ๆ, 2007) พิจารณาด้วยวิธีการทดสอบนัยสำคัญของค่าอิทธิพลที่ปรากฏขึ้นในโมเดล ทั้งอิทธิพลทางตรงของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรส่งผ่าน (a) อิทธิพลทางตรงของตัวแปรส่งผ่านต่อตัวแปรตาม (b) และ อิทธิพลทางตรงของตัวแปร

อิสระต่อตัวแปรตาม ( $c'$ ) ว่ามีค่าที่ต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ แสดงในภาพประกอบ 4 ดังต่อไปนี้ (Little, Card, Bovaird, Preacher, & Crandall, 2007)

เมื่อ X แทนตัวแปรอิสระ

Y แทนตัวแปรตาม

M แทนตัวแปรส่งผ่าน

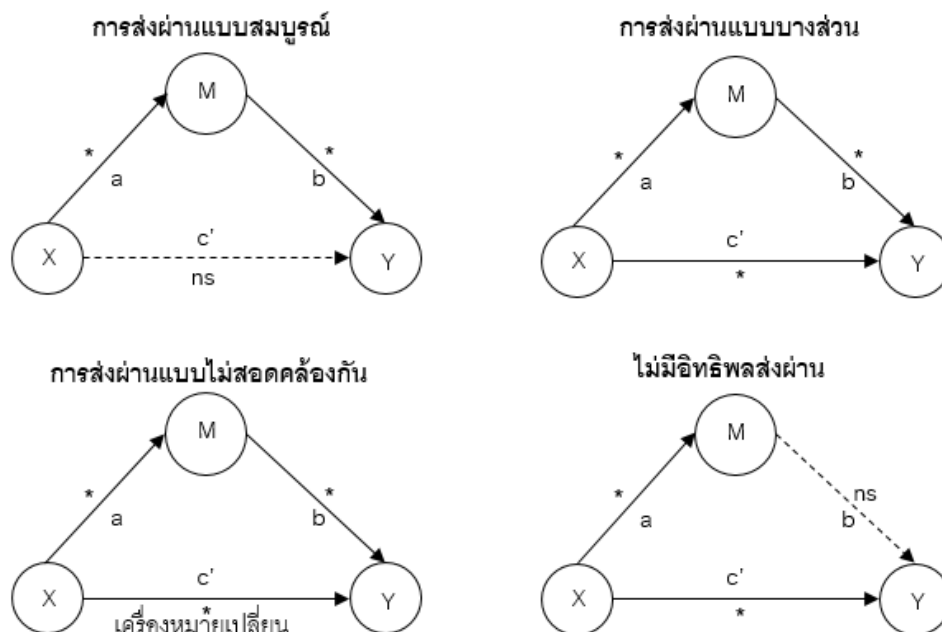
a แทนอิทธิพลทางตรงของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรส่งผ่าน

b แทนอิทธิพลทางตรงของตัวแปรส่งผ่านต่อตัวแปรตาม

$c'$  แทนอิทธิพลทางตรงของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตาม

ns แทนเส้นอิทธิพลไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

\* แทนเส้นอิทธิพลมีนัยสำคัญทางสถิติ



รูปภาพ 5 รูปแบบของอิทธิพลส่งผ่าน

ที่ ม ๖ : Little et al. (2007). Structural equation modelling of mediation and moderation with contextual factors. p. 210.

จากภาพสามารถอธิบายเกี่ยวกับรูปแบบอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่านทั้ง 4 รูปแบบดังต่อไปนี้

1. การส่งผ่านแบบสมบูรณ์ (complete mediation) คือ ตัวแปรอิสระส่งผลถึงตัวแปรตาม โดยผ่านทางตัวแปรส่งผ่านเป็นไปอย่างสมบูรณ์ ทำให้ไม่มีอิทธิพลทางตรงของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตามเหลืออยู่ และเมื่อได้ทำการทดสอบทางสถิติพบว่า การส่งผลทางตรงของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรส่งผ่าน a และการส่งผลของตัวแปรส่งผ่านต่อตัวแปรตาม b มีความแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่การส่งผลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม c' จะไม่สัมพันธ์ในเชิงทางสถิติ

2. การส่งผ่านแบบบางส่วน (partial mediation) คือ การที่ตัวแปรอิสระส่งผลถึงตัวแปรตามโดยผ่านทางตัวแปรส่งผ่านเพียงบางส่วนเท่านั้น ทำให้ตัวแปรอิสระมีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรตามร่วมด้วย ในการทดสอบทางสถิติพบว่า ทั้งการส่งผลทางตรงของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรส่งผ่าน a การส่งผลของตัวแปรส่งผ่านถึงตัวแปรตาม b และการส่งผลทางตรงของตัวแปรอิสระถึงตัวแปรตาม c' จะมีความแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

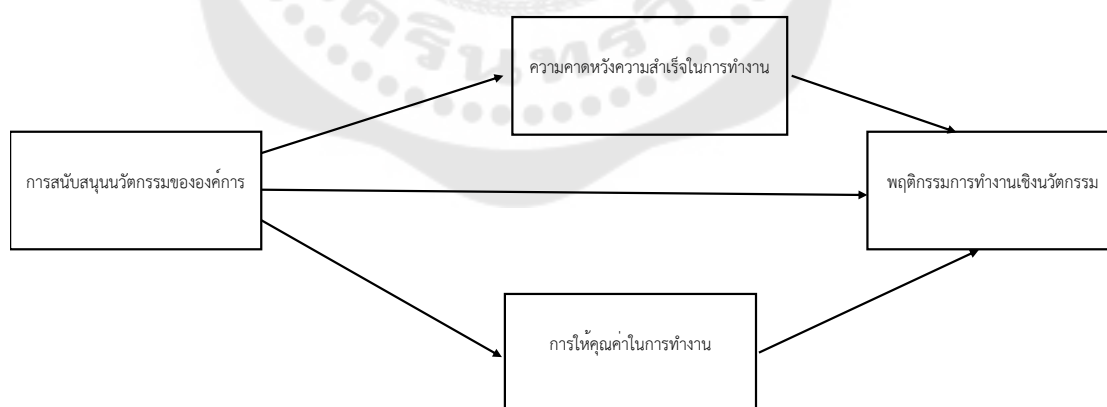
3. การส่งผ่านแบบมีไม่สอดคล้องกัน (inconsistent mediation) คือ การที่ตัวแปรอิสระส่งผลถึงตัวแปรตาม และส่งผลทางอ้อมผ่านทางตัวแปรส่งผ่านมีทิศทางที่แตกต่างกัน อาจเกิดจากลักษณะการมีอิทธิพลที่ต่างกัน ทำให้การทดสอบทางสถิติพบว่า ทั้งการส่งผลของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรส่งผ่าน a การส่งผลของตัวแปรส่งผ่านต่อตัวแปรตาม b และการส่งผลของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตาม c' จะมีความแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ผลคูณของอิทธิพลทางตรงของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรส่งผ่าน a และอิทธิพลทางตรงของตัวแปรส่งผ่านต่อตัวแปรตาม b (The product of a and b) มีเครื่องหมายต่างจากอิทธิพลทางตรงของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตาม c'

4. ไม่มีอิทธิพลส่งผ่าน (No mediation) คือ ไม่มีอิทธิพลส่งผ่านเกิดขึ้นตามโมเดลส่งผ่าน โดยสามารถเกิดได้ 3 กรณี คือ 1. การที่ตัวแปรส่งผ่านส่งผลถึงตัวแปรตาม b ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แม้ตัวแปรอิสระส่งผลถึงตัวแปรส่งผ่าน a และ ตัวแปรอิสระส่งผลถึงทางตรงต่อตัวแปรตาม c' มีนัยสำคัญทางสถิติทำให้ไม่เกิดการส่งผ่าน อิทธิพลทางอ้อมจากตัวแปรอิสระไปสู่ตัวแปรตามโดยผ่านตัวแปรส่งผ่านได้ 2. การที่ตัวแปรอิสระส่งผลถึงตัวแปรส่งผ่าน a ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่อิทธิพลอีก 2 แบบ b และ c' มีนัยสำคัญทางสถิติ กรณีนี้อาจทำให้ตัวแปรส่งผ่านกลายเป็นตัวแปรร่วม (covariate) แทน และ 3. อิทธิพลทั้ง a, b และ c' ไม่พบนัยสำคัญทางสถิติ

## 5. กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาโมเดลความคาดหวังและการให้คุณค่า พบว่าความคาดหวังและการให้คุณค่ามีความสำคัญต่อความสำเร็จ เนื่องจากเป็นตัวกำหนดพยายามของบุคคลตามเป้าหมายเพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จ สิ่งนี้จึงสำคัญต่อการเรียนรู้ และความสำเร็จของบุคคลที่ตั้งไว้ (Eccles & Wigfield, 1995, 2002) การที่จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นในความสามารถหรือความคาดหวังในความสำเร็จจนเห็นคุณค่าเกิดจากการที่บุคคลรับรู้ได้ถึง การสนับสนุนที่เหมาะสมจากสภาพแวดล้อม เมื่อบุคคลรับรู้ถึงความสามารถก่อให้เกิดความคาดหวังที่จะทำสิ่งต่างๆ ได้จนส่งผลให้เกิดพฤติกรรมจนบรรลุต่อ ในขณะที่เดียวกันการเกิดความคาดหวังได้ ต้องประเมินถึงคุณค่าต่อสิ่งนั้น ผ่านการกำหนดเป้าหมายก่อนเป้าหมาย สิ่งเหล่านี้จะส่งผลถึงความคาดหวัง และการให้คุณค่าตามไปด้วย (Plante, O'Keefe & Théorêt, 2013) จากการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจึงสามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ตามรูปแบบความสัมพันธ์ที่ได้อธิบายตามหลักทฤษฎีความคาดหวังและการให้คุณค่า ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดว่าตัวแปรการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัทโทรคมนาคม และเทคโนโลยีการสื่อสาร โดยมีความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน แสดงเป็นเส้นความสัมพันธ์ดังนี้

### 5.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปภาพ 6 กรอบแนวคิดการวิจัย

## 6. สมมติฐานการวิจัย

1) อิทธิพลของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ที่ส่งผลถึงพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม เมื่อความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในการทำงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน มีความสอดคล้องกลมกลืน

2) การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรมีอิทธิพลต่อผลพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม โดยความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในการทำงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน



### บทที่ 3 วิธิดำเนินงานวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยมีดังนี้

1. กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการดำเนินการวิจัย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. สิทธิของผู้ร่วมวิจัย
5. การจัดทำวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการดำเนินการวิจัย

##### ประชากร

พนักงานของบริษัททางด้านโทรคมนาคมและเทคโนโลยีการสื่อสารแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

##### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัทโทรคมนาคมและเทคโนโลยีการสื่อสารในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Hair et al.(2006) เสนอว่าเพื่อให้ครอบคลุมการประมาณค่าพารามิเตอร์และเกิดความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด กลุ่มตัวอย่างจึงควรมีประมาณ 25 ตัวอย่างต่อการประมาณในค่า 1 พารามิเตอร์ โดยการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยพารามิเตอร์ที่ประมาณค่าตามตัวแปร 1 ตัวแปร รวมพารามิเตอร์หลักและพารามิเตอร์ความคลาดเคลื่อน จำนวนประมาณ 12 พารามิเตอร์ ที่ไม่ทราบค่าและต้องประมาณค่า ดังนั้น  $12 \times 25 = 300$  คน ประกอบกับขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ความคลาดเคลื่อนที่ระดับ .05 ต้องการประมาณ 384 คน ผู้วิจัยจึงแจกแบบวัดฉบับสมบูรณ์ให้กับพนักงาน 400 ชุด และมีการตอบกลับมา จำนวน 352 ชุด ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างสำหรับการดำเนินการวิจัยมีจำนวนทั้งสิ้น 352 คน คิดเป็นร้อยละ 88

#### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ร่วมวิจัย

ส่วนที่2 แบบวัดตัวแปรในการดำเนินงานวิจัย ได้แก่

### 2.1 แบบวัดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม

#### 2.2 แบบวัดการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร

#### 2.3 แบบวัดความคาดหวัง และคุณค่า

### 3. ขั้นตอนการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยทำการปรับปรุง และพัฒนาเครื่องมือในงานวิจัย โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยทำการศึกษาปรับปรุงและพัฒนาแบบวัดบางส่วนจากทฤษฎีที่ได้ทำการศึกษาเพื่อให้เหมาะสม และสอดคล้องกับตัวแปรสำหรับกลุ่มตัวอย่าง
2. นำแบบวัดส่งตรวจคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อวัดกับวัตถุประสงค์ (index of item-objective congruence: IOC) ตั้งแต่ .5 ขึ้นไป และได้มีการปรับปรุงแก้ไขตามข้อคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิอย่างเหมาะสม โดยได้รับการปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนดำเนินการเก็บข้อมูล
3. เก็บข้อมูลกับบุคลากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่าง เพื่อดำเนินการตรวจสอบความเข้าใจทางด้านภาษา และได้ส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ เพื่อขอคำแนะนำและปรับแก้
4. นำแบบวัดที่ผ่านการปรับแก้ เก็บข้อมูลกับบุคลากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 150 คน เพื่อวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกระหว่างบุคลากรที่มีคะแนนของแบบวัดแต่ละตัวแปรมากกว่าเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 75 เป็นกลุ่มสูง และบุคลากรที่มีคะแนนของแบบวัดแต่ละตัวแปรน้อยกว่าเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 เป็นกลุ่มต่ำ โดยคัดเลือกข้อวัดที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติตั้งแต่ .05 ขึ้นไป
5. นำผลจากการหาค่าอำนาจจำแนก ทำการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (corrected item-total correlation: CITC) และนำผลที่มีค่าความสัมพันธ์เป็นบวกและมีค่าตั้งแต่ .35 ขึ้นไป
6. นำผลมาวิเคราะห์หาค่าความเที่ยง (reliability) โดยใช้ สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเพื่อหาความสอดคล้องกลมกลืนภายในข้อวัด (internal consistency) เพื่อพิจารณาว่าค่าของข้อวัดที่เหมาะสม
7. ทำการปรับปรุงแก้ไข เพื่อเก็บข้อมูลต่อไป

ลำดับขั้นในการสร้างเครื่องมือ และการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือแบบวัดต่างๆ ที่ใช้ใน งานวิจัยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

แบบสอบถาม มีคำถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list) ประกอบด้วย

1. ข้อมูลนามบัญญัติ (nominal scale) ได้แก่ เพศ
2. ข้อมูลเรียงลำดับ (ordinal scale) ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และอายุงาน โดย

ตัวอย่างแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลตามภาพประกอบ 7

<b>ส่วนที่ 1 คำชี้แจง</b> กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในข้อที่ตรงกับความเป็นจริง และตอบคำถามในช่องว่างให้ตรงกับท่านมากที่สุด			
1. เพศ	<input type="checkbox"/> 1) ชาย	<input type="checkbox"/> 2) หญิง	2. อายุ.....ปี
3. ระยะเวลาในการทำงาน.....ปี			
4. ระดับการศึกษาสูงสุด	<input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 2) ปริญญาตรี	
	<input type="checkbox"/> 3) ปริญญาโท	<input type="checkbox"/> 4) ปริญญาเอก	

รูปภาพ 7 ตัวอย่างแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

### ตอนที่ 2 การพัฒนามาตรวัดตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

#### 2.1 แบบวัดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม

แบบวัดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมแบบวัดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม ผู้วิจัยทำการพัฒนาแบบวัดโดยอ้างอิงจากแบบวัดของ Janssen (2000) ในการวัดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมตามการศึกษางานวิจัยข้างต้นแบ่งออกเป็น 3 ด้านดังนี้ 1) การสร้างความคิดใหม่ 2) การนำเสนอแนวคิด 3) การนำแนวคิดไปปฏิบัติจริง โดยได้ทำการปรับมาตรวัด จาก 7 ระดับ เป็น 5 ระดับ (rating scale) ตั้งแต่ ตรงกับตัวฉันมากที่สุด ให้ 5 คะแนน จนถึง ตรงกับตัวฉันน้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน โดยการแปลผลของคะแนนคือ พนักงานที่ได้คะแนนสูง แปลว่ามีพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมสูงกว่าพนักงานที่ได้คะแนนต่ำ



ตาราง 2 ตัวอย่างมาตรวัดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม

พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น				
	ตรงกับตัวท่านน้อยที่สุด ↔ ตรงกับตัวท่านมากที่สุด				
	1	2	3	4	5
ฉันเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มใหม่ๆ					
ฉันสามารถค้นหาวิธีการ เทคนิค และ/หรือ เครื่องมือในการทำงานใหม่ๆ ได้					
ฉันคือผู้ที่มีความกระตือรือร้นในการมองหาสิ่งใหม่ๆ ในการทำงาน					
ฉันสามารถผลักดันความคิดที่แปลกใหม่ของฉันได้ จนกลายเป็นสิ่งที่ใช้งานได้จริง					
ฉันจะคิดสิ่งใหม่ก็ต่อเมื่อมีคนมากระตุ้นให้ทำ					
ฉันสามารถทำให้บุคคลที่เกี่ยวข้องกับงาน เห็นด้วยกับความคิดที่แปลกใหม่ของฉัน					
คำแนะนำเกี่ยวกับการทำงานของฉัน มักเป็นที่ยอมรับ และนำไปใช้งาน					
ฉันชอบเสี่ยงที่จะลงมือทำในสิ่งที่แตกต่างจากสิ่งเดิมที่เป็นอยู่					
ฉันสามารถคิดแก้ปัญหาด้วยวิธีการที่หลากหลายได้					
ฉันคิดว่าความคิดที่แปลกใหม่ของฉัน จะมีประโยชน์กับการทำงาน					

ผู้วิจัยทำการหาค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมด้วยค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างข้อวัดกับคะแนนรวมทั้งแบบวัด (Corrected Item-Total Correlation: CITC) พบว่า ค่าอำนาจจำแนกมีค่าตั้งแต่ .713 ถึง .787 โดยทุกข้อวัดมีค่าอำนาจจำแนกสูงกว่า .20 แสดงให้เห็นว่าสามารถใช่แบบวัดนี้ และสามารถจำแนกผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมสูงออกจากพนักงานที่มีพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมต่ำได้ ดังแสดงค่าตามตาราง 3

ตาราง 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อวัดกับคะแนนรวมทั้งแบบวัด (Corrected Item-Total Correlation: CITC) ของแบบวัดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม

นิยามตัวแปร	ข้อวัด	ค่า CITC
พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม หมายถึง การแสดงออกถึงพฤติกรรมของพนักงานที่เป็นกระบวนการในการสร้างแนวคิดหรือการริเริ่มใหม่ๆ ในการแก้ไขปัญหา ปรับปรุงการทำงาน การนำเสนอความคิดรวมถึงการนำแนวคิดมาปฏิบัติให้เป็นจริง โดยมีจุดมุ่งหมายในการสร้างผลลัพธ์ใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการทำงาน ทั้งปรับปรุง พัฒนาและสร้างสรรค์กระบวนการทำงาน การบริการ การผลิตเพื่อให้เกิดมูลค่าหรือประโยชน์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน	1.ฉันเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มใหม่ๆ	.768
	2.ฉันสามารถค้นหาวิธีการ เทคนิค และ/หรือเครื่องมือในการทำงานใหม่ๆ ได้	.743
	3.ฉันคือผู้ที่มีความกระตือรือร้นในการมองหาสิ่งใหม่ๆ ในการทำงาน	.718
	4.ฉันสามารถผลักดันความคิดที่แปลกใหม่ของฉันได้ จนกลายเป็นสิ่งที่ใช้งานได้จริง	.741
	5.ฉันจะคิดสิ่งใหม่ก็ต่อเมื่อมีคนมากระตุ้นให้ทำ	.774
	6.ฉันสามารถทำให้บุคคลที่เกี่ยวข้องกับงาน เห็นด้วยกับความคิดที่แปลกใหม่ของฉัน	.783
	7.คำแนะนำเกี่ยวกับการทำงานของฉัน มักเป็นที่ยอมรับและนำไปใช้งาน	.787
	8.ฉันชอบเสี่ยงที่จะลงมือทำในสิ่งที่แตกต่างจากสิ่งเดิมที่เป็นอยู่	.770
	9.ฉันสามารถคิดแก้ปัญหาด้วยวิธีการที่หลากหลายได้	.713
	10.ฉันคิดว่าความคิดที่แปลกใหม่ของฉัน จะมีประโยชน์กับการทำงาน	.759

Cronbach's alpha = .940

## 2.2 แบบวัดการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร

แบบวัดการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงแบบวัดโดยอ้างอิงจากแบบวัดบรรยากาศสำหรับความสร้างสรรค์ของ Amabile และคนอื่นๆ (1996) เครื่องมือวัดบรรยากาศสำหรับนวัตกรรมของ S. Scott และ R. Bruce (1994) และ เครื่องมือวัดบรรยากาศองค์กรของ Koys และ DeCotiis (1991) โดยแบบวัดมีทั้งหมด 15 ข้อ ใช้มาตราแบบ rating scale

5 ระดับ ตั้งแต่ เห็นด้วยมากที่สุด ให้ 5 คะแนน จนถึง ไม่เห็นด้วยเลย ให้ 1 คะแนน โดยการแปลผลของคะแนนคือ พนักงานที่ได้คะแนนสูง แสดงว่าพนักงานรับรู้ถึงการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรมากกว่าพนักงานที่ได้คะแนนต่ำ

ตาราง 4 ตัวอย่างแบบวัดการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร

การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วยเลย		←	→	เห็นด้วยมากที่สุด
	1	2	3	4	5
ฉันรับรู้ได้ว่าผลงานสร้างสรรค์ของฉันเป็นที่ยอมรับขององค์กรนี้					
หากฉันสร้างผลงานนวัตกรรมโดดเด่น ก็จะได้รับคำชมเชยและ/หรือรางวัลจากองค์กรนี้					
องค์กรนี้ทำให้ฉันรู้ว่าค่าของคนอยู่ที่ผลของงาน					
องค์กรนี้มีรางวัลในรูปแบบต่างๆ สำหรับผู้ที่มีผลงานสร้างสรรค์โดดเด่น					
ผู้บังคับบัญชาของฉันคอยช่วยเหลืองานของฉันเสมอ					
ผู้บังคับบัญชาของฉันจะคอยสนับสนุนอยู่เบื้องหลังงานของฉัน					
ฉันได้รับการช่วยเหลือ เพื่อพัฒนาแนวคิดใหม่ๆ จากองค์กรอยู่เสมอ					

ผู้วิจัยทำการหาค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างข้อวัดกับคะแนนรวมทั้งแบบวัด (Corrected Item-Total Correlation: CITC) พบว่า ค่าอำนาจจำแนกมีค่าตั้งแต่ .667 ถึง .726 โดยทุกข้อวัดมีค่าอำนาจจำแนกสูงกว่า .20 แสดงให้เห็นว่าสามารถใช้แบบวัดการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร และสามารถจำแนกพนักงานที่มีระดับการรับรู้การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรสูง ออกจากพนักงานที่มีระดับการรับรู้การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรต่ำได้

ตาราง 5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อวัดกับคะแนนรวมทั้งแบบวัด (Corrected Item-Total Correlation: CITC) ของแบบวัดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม

นิยามตัวแปร	ข้อวัด	CITC
การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร หมายถึง การรับรู้ร่วมกันของพนักงานเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน ว่ามีการปฏิบัติ กระบวนการ และพฤติกรรมที่สนับสนุนการเกิดการนำเสนอ และการตระหนักถึงความคิดใหม่ ตลอดจนรับรู้ได้ว่าการสร้างความคิดใหม่และนวัตกรรมนั้นเป็นสิ่งสำคัญ และจะได้รับการสนับสนุนที่จำเป็นจากองค์กร เพื่ออำนวยความสะดวกใหม่และนวัตกรรมให้เกิดขึ้นได้	1.ฉันรับรู้ได้ว่าผลงานสร้างสรรค์ของฉันเป็นที่ยอมรับขององค์กรนี้	.681
	2.หากฉันสร้างผลงานนวัตกรรมโดดเด่น ก็จะได้รับคำชมเชยและ/หรือรางวัลจากองค์กรนี้	.710
	3.องค์กรนี้ทำให้ฉันรู้ว่าค่าของคนอยู่ที่ผลของงาน	.731
	4.องค์กรนี้มีรางวัลในรูปแบบต่างๆ สำหรับผู้ที่มีผลงานสร้างสรรค์โดดเด่น	.675
	5.หัวหน้าหน่วยงานของฉันคอยช่วยเหลืองานของฉันเสมอ	.701
	6.หัวหน้าหน่วยงานของฉันจะคอยสนับสนุนอยู่เบื้องหลังงานของฉัน	.688
	7.ฉันได้รับการช่วยเหลือ เพื่อพัฒนาแนวคิดใหม่ๆ จากองค์กรอยู่เสมอ	.681
	8.ฉันต้องการได้รับอิสระในการสร้างผลงานจากหัวหน้างานให้มากกว่านี้	.702
	9.หัวหน้าหน่วยงานของฉันจะคอยสนับสนุนอยู่เบื้องหลังกลุ่มงานของฉัน	.667
	10.หากฉันทำงานผิดพลาด หัวหน้าหน่วยงานของฉันจะให้โอกาสฉันได้เรียนรู้จากความผิดพลาดนั้น โดยปราศจากการต่อว่าหรือลงโทษ	.726
	11.ฉันได้รับการช่วยเหลือ เพื่อพัฒนาแนวคิดใหม่ๆ จากองค์กรอยู่เสมอ	.703
	12.หัวหน้าหน่วยงานของฉันไม่มีเวลาให้คำปรึกษากับฉัน	.680
	13.ฉันได้รับเวลาที่เพียงพอในการพัฒนาชิ้นงานหรือความคิดใหม่ๆ	.720
	14.ปัญหาของฉัน ก็คือการไม่ได้รับความช่วยเหลือในการพัฒนาชิ้นงานใหม่จากองค์กรแม้ว่าได้ร้องขอไปแล้ว	.710

Cronbach's alpha = .938

### 2.3 แบบวัดความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน

แบบวัดความคาดหวังความสำเร็จในงานได้ทำการปรับปรุงและพัฒนาแบบวัดตามทฤษฎีของ Eccles (1983) ทฤษฎีความคาดหวัง และคุณค่า เป็นหลักในการนำข้อวัดมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับงานวิจัยครั้งนี้ โดยมาตรวจวัดที่ใช้เป็น rating scale 5 ระดับ ตั้งแต่ ตรงกับตัวฉันมากที่สุด ให้ 5 คะแนน จนถึง ตรงกับตัวฉันน้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน

ตาราง 6 ตัวอย่างมาตรวัดความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน

ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
ฉันสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้สำเร็จ					
ฉันคิดว่าฉันสามารถทำงานยากๆ ให้สำเร็จได้					
ด้วยประสบการณ์ของฉันส่งผลให้งานที่ได้รับมอบหมายบรรลุผลสำเร็จ					
ฉันเชื่อมั่นในความสามารถว่าไม่ทำงานใดๆ ฉันก็สามารถทำสำเร็จได้					

ผู้วิจัยทำการหาค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดความคาดหวังความสำเร็จในการทำงานด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างข้อวัดกับคะแนนรวมทั้งแบบวัด (Corrected Item-Total Correlation: CITC) พบว่า ค่าอำนาจจำแนกมีค่าตั้งแต่ .678 ถึง .750 โดยค่าอำนาจจำแนกสูงกว่า .20 แสดงให้เห็นว่าสามารถใช้แบบวัดความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และสามารถจำแนกบุคลากรที่มีระดับความคาดหวังความสำเร็จในการทำงานสูง ออกจากพนักงานที่มีระดับความคาดหวังความสำเร็จในการทำงานต่ำได้ดังตาราง 7

ตาราง 7 สัมประสิทธิ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมทั้งแบบวัด (Corrected Item-Total Correlation: CITC) ของแบบวัดความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน

นิยามตัวแปร	ข้อคำถาม	CITC
ความคาดหวัง	1.ท่านสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้สำเร็จ	.714
ความสำเร็จในงาน	2.ท่านคิดว่าท่านสามารถทำงานยากๆ ให้สำเร็จได้	.750
หมายถึง การ	3.ด้วยประสบการณ์ของท่านส่งผลให้งานที่ได้รับ	.750
คาดการณ์ความ	มอบหมายบรรลุผลสำเร็จ	
เป็นไปได้ต่อ	4.ท่านเชื่อมั่นในความสามารถว่าไม่ว่างานใดๆ ท่านก็	.745
ความสำเร็จในงาน	สามารถทำสำเร็จได้	
ของพนักงานใน	5.ท่านสามารถปฏิบัติงานจนมีผลลัพธ์ในการปฏิบัติงาน	.736
อนาคต โดยความ	ดีกว่าผู้อื่น	
คาดหวังนั้นจะตั้งอยู่	6.ท่านคิดว่าปีนี้ท่านจะสามารถปฏิบัติงานได้ดีกว่าปีก่อน	.731
บนพื้นฐานของ	7.ท่านคาดการณ์ว่าผลการปฏิบัติงานในปีนี้จะดีกว่าเพื่อน	.700
ประสบการณ์เดิม และ	ร่วมงานที่ทำงานในลักษณะเดียวกัน	
การรับรู้ความสามารถ	8.ท่านคาดหวังว่าจะทำงานได้สำเร็จตามที่ได้รับมอบหมาย	.731
ของตน	ด้วยความสามารถของตนเอง	
	9.ท่านสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้สำเร็จทุก	.678
	ครั้ง	
	10.ท่านสามารถทำงานที่ยาก และท้าทายให้ประสบ	.741
	ผลสำเร็จได้	
	11.หากเปรียบเทียบกับพนักงานคนอื่นในลักษณะงาน	.716
	เดียวกัน ท่านคิดว่ามีความสามารถมากกว่า	

ค่าความเที่ยงแอลฟาของครอนบาค = .935

#### 2.4 แบบวัดการให้คุณค่าในงาน

แบบวัดการให้คุณค่าทำงาน ได้พัฒนาแบบวัดโดยอ้างอิงจากแบบวัดการให้คุณค่าของ คุณอภิษฐาน ทองทรัพย์ (2563) โดยมาตรวจวัดที่ใช้เป็นแบบ rating scale 5 ระดับ ตั้งแต่ ตรงกับตัว ฉ้นมากที่สุด ให้ 5 คะแนน จนถึง ตรงกับตัวฉ้นน้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน

## ตาราง 8 ตัวอย่างมาตรวัดการให้คุณค่าในงาน

การให้คุณค่าในงาน	ระดับความคิดเห็น				
	ตรงกับตัวฉันน้อยที่สุด		←→		ตรงกับตัวฉันมากที่สุด
	1	2	3	4	5
การทำงานให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่ฉันได้วางไว้เป็นสิ่งที่ยั่งยืน					
ฉันให้ความสำคัญกับเป้าหมายในการทำงานที่ฉันได้วางไว้					
ฉันรู้สึกมีความสุขในการทำงานที่ฉันได้รับมอบหมาย					
ฉันพึงพอใจกับงานที่ฉันได้รับมอบหมาย					

ผู้วิจัยทำการหาค่าอำนาจจำแนกด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างข้อวัดกับคะแนนรวมทั้งแบบวัด (Corrected Item-Total Correlation: CITC) พบว่า ค่าอำนาจจำแนกมีค่าตั้งแต่ .719 ถึง .776 โดยสูงกว่า .20 แสดงให้เห็นว่าสามารถใช้แบบวัดการให้คุณค่าในการทำงาน และสามารถจำแนกบุคลากรมีระดับการให้คุณค่าในการทำงานสูง ออกจากบุคลากรที่มีระดับการให้คุณค่าในการทำงานต่ำได้ดังตาราง 9

ตาราง 9 ค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างข้อวัดกับคะแนนรวมทั้งแบบวัด (Corrected Item-Total Correlation: CITC) ของแบบวัดความคาดหวังความสำเร็จในงาน

นิยามตัวแปร	ข้อคำถาม	CITC
<p>การให้คุณค่าในงาน หมายถึง ความคิดหรือความรู้สึกของพนักงานที่ส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมการทำงาน โดยพนักงานที่ให้คุณค่าในงานจะให้ความสำคัญและความสนใจในงาน เห็นประโยชน์ในสิ่งที่ทำงานเกิดการยึดมั่นในการทำงานนั้นโดยแบ่งได้ 3 องค์ประกอบ คือ</p> <p>1. คุณค่าของความสำเร็จ (Attainment Vale) หมายถึง การให้ความสำคัญกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของพนักงาน ส่งผลให้งานสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้</p> <p>2) คุณค่าภายในจิตใจ (Intrinsic Value) หมายถึง ความสุข ความพึงพอใจ ความสนุกสนานในการทำงานของพนักงาน ที่เกิดขึ้นจากภายใน (Mind) มีความตระหนักอยู่ในขณะที่ทำงานนั้นๆ มีความสนใจที่จะทำให้เกิดความกระตือรือร้นในการทำงาน</p> <p>3) คุณประโยชน์ (Utility Value) หมายถึง สิ่งที่ทำแล้วเกิดผลลัพธ์ที่มีคุณประโยชน์กับตัวพนักงาน และมีความเกี่ยวข้องกับเป้าหมายทั้งในปัจจุบัน และในอนาคต นำไปสู่เป้าหมายที่มากกว่าการทำงานให้เสร็จสิ้น</p>	1.การทำงานให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่ท่านได้วางไว้เป็นสิ่งที่ท่านพึงปรารถนา	.739
	2.ท่านให้ความสำคัญกับเป้าหมายในการทำงานที่ท่านได้วางไว้	.764
	3.ท่านรู้สึกมีความสุขในการทำงานที่ท่านได้รับมอบหมาย	.765
	4.ท่านพึงพอใจกับงานที่ท่านได้รับมอบหมาย	.721
	5.งานที่ท่านทำเป็นส่วนหนึ่งในเป้าหมายของชีวิต	.720
	6.ท่านให้ความสำคัญกับงานที่ได้รับมอบหมาย	.776
	7.การทำงานให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่ท่านได้วางไว้เป็นสิ่งที่ท่านพึงปรารถนา	.775
	8.ท่านให้ความสำคัญกับเป้าหมายในการทำงานมีคุณค่าสำหรับท่าน	.731
	9.ท่านต้องการความสำเร็จในการทำงาน	.719
	10.ทุกงานที่ท่านได้รับมอบหมาย	.748
	11.ท่านมีความสุขในการทำงาน	.752
	12.ท่านพึงพอใจกับงาน	.762
	13.ท่านรู้สึกสนุกกับงานที่ท่านทำอยู่	.760
	14.ท่านมีความสนใจในงานที่ท่านทำอยู่	.754
	15.งานที่ท่านทำอยู่มีคุณค่าทางจิตใจกับท่าน	.742
	16.ท่านรู้สึกว่าการที่ท่านทำมีประโยชน์กับตัวท่าน	.735
	17.ท่านคิดว่าท่านได้ประโยชน์จากความสำเร็จในการทำงานของท่าน	.737
	18.ท่านคิดว่าการที่ท่านทำจะนำประโยชน์มาสู่ตัวท่านในอนาคต	.719
ค่าความเที่ยงแอลฟาของครอนบาค = .961		



#### 4. ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีวิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. เสนอเรื่องต่อคณะกรรมการจริยธรรม สำหรับการพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ โดยขอการอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับงานวิจัยที่ทำในมนุษย์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในกรณีการเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานบริษัท
2. นำหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความอนุเคราะห์จากฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ในการเก็บข้อมูลเพื่อสำหรับการวิจัย
3. ประสานงานกับทางบริษัทเอกชนเพื่อชี้แจงขอบเขต และการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรเกี่ยวกับระยะเวลา และรูปแบบการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. จัดเตรียมและแจกแบบสอบถามในรูปแบบแบบฟอร์มออนไลน์ (google forms) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการเฉพาะเจาะจง โดยชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจวัตถุประสงค์ และคำชี้แจงของการตอบแบบสอบถามอย่างชัดเจน
5. รวบรวมข้อมูลแบบสอบถามกลับมาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและอย่างถี่ถ้วน
6. ผู้วิจัยคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ คือตอบครบทุกข้อ ตรวจสอบให้คะแนน ตามเกณฑ์ที่กำหนด นำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน และรายงาน ผลการวิจัยต่อไป

#### 5. สิทธิของผู้ร่วมวิจัย

การศึกษานี้ได้คำนึงถึงสิทธิของผู้ร่วมวิจัยโดยให้เป็นไปตามหลักการ Belmont's Report และคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติในการขอพิจารณาจริยธรรมวิจัยในคน (SOPs) ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการรับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ (โครงการวิจัยเลขที่ SWUEC-G-038/2565E) โดยคาดว่าจะมีระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย 1 ปี ก่อนจะดำเนินการเก็บข้อมูลได้มีการแจ้งชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการทำแบบสอบถาม เพื่อพิทักษ์สิทธิของผู้เข้าร่วมการวิจัยโดยเป็นไปตามมาตรฐานของคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ทั้งนี้ข้อมูลและคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจะถูกปิดเป็นความลับ และนำมาเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ผลการวิจัยในครั้งนี้เท่านั้น โดยข้อมูลจะถูกนำเสนอเป็นภาพรวมพร้อมทั้งเก็บรักษาข้อมูลดังกล่าวไว้ด้วยการลงรหัสมิให้ผู้อื่นเข้าถึงเป็นระยะเวลา 2 ปี และทำการทำลายข้อมูลทิ้งเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาข้างต้น โดยข้อมูลไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อผู้ที่ตอบแบบสอบถาม เนื่องจากไม่สามารถสืบค้นเจาะจงหาข้อมูลของผู้ตอบได้

## 6. การจัดทำวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 3 ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นตอนที่หนึ่ง เตรียมข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์ โดยตรวจสอบแบบสอบถามตาม จำนวนกลุ่มตัวอย่าง และมีการตอบข้อวัดครบถ้วนทุกข้อโดยตรวจสอบข้อมูลส่วนที่ขาดหาย และ แทนค่าในส่วนที่ขาดหายไป ด้วยค่าเฉลี่ย จากนั้นทำการใส่รหัสในแบบสอบถามตามที่กำหนดไว้

ขั้นตอนที่สอง งานวิจัยนี้ใช้สถิติบรรยายลักษณะกลุ่มตัวอย่างและตัวแปรด้วยการ วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลสถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย ( $M$ ) การแจกแจงความถี่ (frequency) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ ) ค่า ความเบ้ (skewness) และค่าความโค้ง (kurtosis) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS)

ขั้นตอนที่สาม การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายสมมติฐานของงานวิจัย

3.1 วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (The Pearson's product moment correlation coefficient) ของตัวแปรในโมเดล

3.2 วิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของระหว่างตัวแปรต่างๆ เพื่อหาค่าอิทธิพล ทางตรง และทางอ้อมของตัวแปร โดยสันนิษฐานว่าเป็นสาเหตุต่อตัวแปรผล และหาค่าสัมประสิทธิ์ อิทธิพล (path coefficient) โดยสถิติที่แสดงถึงอิทธิพลทางตรงของตัวแปรเชิงสาเหตุที่ทำให้ตัวแปร อีกราวหนึ่งเกิดการเปลี่ยนแปลงไป เพื่อวิเคราะห์และศึกษารูปแบบอิทธิพลทางตรงของการสนับสนุน นวัตกรรมขององค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม และอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปร ที่มีความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในการทำงานไปยังพฤติกรรม การทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน โดยตรวจสอบสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ถึงความ สอดคล้องของโมเดล ด้วยโปรแกรมเอมอส รุ่น 26 (AMOS version 26) โดยค่าสถิติที่ใช้ในการ ตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลตามสมมติฐาน (Thongdee และ Wattananonsakul, 2016) ดังนี้

3.2.1 chi-square เป็นค่าสถิติที่ใช้เพื่อทดสอบความกลมกลืนของโมเดลตาม สมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในการทดสอบโมเดลต้องการให้ค่า chi-square ไม่มีนัยสำคัญ ทางสถิติ ( $p > .05$ ) และควรมีค่าดัชนีน้อยกว่า 2 เพราะต้องการยืนยันว่า โมเดลตามภาวะ สันนิษฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ไม่แตกต่างกัน ถ้า chi-square มีค่าสูงมากและมีนัยสำคัญทาง สถิติ แสดงว่าฟังก์ชันความกลมกลืนมีความแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรืออีก นัยโมเดลตามภาวะสันนิษฐานไม่กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยต้องทำการปรับข้อมูลเมื่อ chi-square มีค่าต่างและไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าโมเดลตามภาวะสมมติฐานความ

กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หากปรับแล้วยังพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ให้ทำการพิจารณาตัวอื่นประกอบ อาจเกิดจากกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ พบว่า chi-square มีนัยสำคัญทางสถิติ (Wattanansakul, 2017)

3.2.2 ดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความแตกต่างโดยประมาณ (root squared error of approximation : RMSEA) เป็นค่าสถิติจากข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับค่า chi-square ว่าโมเดล AMOS ตามสมมติฐานมีความเที่ยงตรงไม่สอดคล้องกับความจริงและเมื่อเพิ่มพารามิเตอร์อิสระแล้วค่าสถิติมีค่าลดลง เนื่องจากค่าสถิติขึ้นอยู่กับประชากรและขั้นของความอิสระ RMSEA มีค่าอยู่ระหว่าง 0 และ 1 โดยถ้ามากกว่า .10 แสดงว่าไม่ดี อยู่ระหว่าง .08 - .10 แสดงว่าไม่ค่อยดีอยู่ระหว่าง .05 - .08 แสดงว่าพอใช้ แต่หากค่าดัชนี RMSEA ต่ำกว่า .05 แสดงว่าโมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี (goodness of fit)

3.2.3 ดัชนีชี้วัดความกลมกลืน (goodness of fit index: GFI) มีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 โดยค่า GFI ที่เข้าใกล้ 1 แสดงว่าโมเดลตามภาวะสันนิษฐานมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้นค่า GFI ควรมีค่าสูงกว่า .90 ( $GFI > .90$ )

3.2.4 ดัชนีชี้วัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (adjusted goodness of fit index: AGFI) เมื่อนำค่า GFI มาปรับแก้ต้องคำนึงถึงขนาดขององศาอิสระ รวมทั้งจำนวนตัวแปรและขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีค่า AGFI มีคุณสมบัติเช่นเดียวกับค่าดัชนี GFI โดยมีค่า อยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 แสดงว่าโมเดลตามภาวะสันนิษฐานมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้นค่า AGFI ควรมีค่าสูงกว่า .90 ( $AGFI > .90$ )

ค่าสถิติที่ใช้เป็นเกณฑ์เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืน ระหว่างโมเดลสมมติฐานและข้อมูลเชิงประจักษ์ รวมไปถึงระดับความกลมกลืนของเมทริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมของโมเดล อีกทั้งค่าเมทริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมของข้อมูล

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ ประการแรกเพื่อตรวจสอบความตรงของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน โดยมีความหวังความสำเร็จในงาน และการให้คุณค่าในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน และประการที่สองเพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อม ของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในการทำงาน ไปยังพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม

การวิเคราะห์ และแปลผลข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดสัญลักษณ์เพื่อแทนค่าสถิติ และอักษรย่อแทนพร้อมความหมาย เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการนำเสนอ และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงดังต่อไปนี้

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

$\beta$	หมายถึง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Factor Loadings)
CFI	หมายถึง ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index)
C.V.	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.)
df	หมายถึง องศาอิสระ (Degrees of Freedom)
DE	หมายถึง อิทธิพลทางตรง (Direct Effect)
TE	หมายถึง อิทธิพลรวม (Total Effect)
GFI	หมายถึง ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit)
IE	หมายถึง อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect)
KU	หมายถึง ค่าความโด่ง (Kurtosis)
$M$	หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)
$n$	หมายถึง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$p$	หมายถึง ความน่าจะเป็นทางสถิติ
$R^2$	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การพหุการถดถอย (Squared Multiple Correlation: R-square)
RMSEA	หมายถึง ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Squared Error of Approximation)

*RMR* หมายถึง ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (Root Mean Square Residual)

*SD* หมายถึง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

*SK* หมายถึง ค่าความเบ้ (Skewness)

*SRMR* หมายถึง ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือมาตรฐาน (Standardized Root Mean Squared Residual)

*TE* หมายถึง อิทธิพลรวม (Total Effect)

*TLI* หมายถึง ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (Tucker-Lewis Index)

Chi-Square หมายถึง ค่าสถิติไค-สแควร์

Chi-Square/df หมายถึง ค่าสถิติไค-สแควร์สัมพันธ์ (Relative Chi-Square)

และผู้วิจัยได้ทำการกำหนดสัญลักษณ์ และอักษรภาษาอังกฤษของตัวแปรในการวิจัยเพื่อการวิเคราะห์ และการนำเสนอดังต่อไปนี้

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน โดยเป็นไปตามขั้นตอนดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเป็นการนำเสนอผลด้วยการแจกแจงความถี่ จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

2. ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของตัวแปร เป็นการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ( $M$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ ) คะแนนสูงสุด (Max) คะแนนต่ำสุด (Min) เพื่อตรวจสอบคุณสมบัติของตัวแปร

3. ผลการวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรที่ส่งผลถึงพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน โดยมีความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

4. ผลความตรงของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของอิทธิพลการการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรที่ส่งผลถึงพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน โดยมีความคาดหวังความสำเร็จในงาน และการให้คุณค่าในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

## 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ จำนวน และร้อยละ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ทั้งหมด 352 ชุด

จากการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 142 คนและเพศหญิง 210 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 และ 59.7 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 40 – 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.3 อายุระหว่าง 50 – 59 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.8 อายุระหว่าง 30 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.9 และช่วงอายุน้อยที่สุดคือ 20 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.0 ระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ ร้อยละ 54.0 , 42.3 และ 3.7 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาระยะเวลาในการปฏิบัติงานพบว่า ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 4 – 6 ปี ปฏิบัติงานมากกว่า 10 ปี การปฏิบัติงานช่วง 1 – 3 ปี และปฏิบัติงานน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.7 , 26.1 , 24.7 และ 20.5 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 10

ตาราง 10 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการแจกแจงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (n=352)

ข้อมูลพื้นฐาน	เพศชาย		เพศหญิง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
อายุ	20 – 29 ปี	9	6.34	12	5.71
	30 – 39 ปี	43	30.28	48	22.86
	40 – 49 ปี	51	35.92	91	43.33
	50 – 59 ปี	39	27.46	59	28.10
รวม	142	100.00	210	100.00	
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี	68	47.89	122	58.10
	ปริญญาโท	67	47.18	82	39.05
	ปริญญาเอก	7	4.93	6	2.86
รวม	142	100.00	210	100.00	
ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	น้อยกว่า 1 ปี	35	24.65	37	17.62
	1 – 3 ปี	39	27.46	48	22.86
	4 – 6 ปี	35	24.65	66	31.43
	มากกว่า 10 ปี	33	23.24	59	28.10
รวม	142	100.00	210	100.00	

## 2. ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของตัวแปร

การวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของตัวแปรจากการศึกษาวิจัยจะถูกนำเสนอด้วยค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ คะแนนสูงสุด (Max) คะแนนต่ำสุด (Min) ค่าเฉลี่ย ( $M$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ ) ค่าความเบ้ ( $Sk$ ) และค่าความโด่ง ( $Ku$ ) โดยผลการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของตัวแปร พบว่า ตัวแปรพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ย ( $M$ ) เท่ากับ 30.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ ) เท่ากับ 7.77 คะแนนต่ำสุด (Min) เท่ากับ 10 คะแนนสูงสุด (Max) เท่ากับ 50 ตัวแปรการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร มีค่าเฉลี่ย ( $M$ ) เท่ากับ 46.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ ) เท่ากับ 9.83 คะแนนต่ำสุด (Min) เท่ากับ 16 คะแนนสูงสุด (Max) เท่ากับ 70 ตัวแปรความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย ( $M$ ) เท่ากับ 41.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ ) เท่ากับ 8.04 คะแนนต่ำสุด (Min) เท่ากับ 22 คะแนนสูงสุด (Max) เท่ากับ 55 และตัวแปรการให้คุณค่าในงาน มีค่าเฉลี่ย ( $M$ ) เท่ากับ 51.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ ) เท่ากับ 10.45 คะแนนต่ำสุด (Min) เท่ากับ 27 คะแนนสูงสุด (Max) เท่ากับ 70 แสดงในตารางที่ 11

ตาราง 11 ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ( $n=352$ )

ตัวแปร	Min	Max	$M$	$SD$	$Sk$	$Ku$
พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม						
1.การสร้างแนวความคิดใหม่	3	15	8.97	1.95	.096	.228
2.การนำเสนอความคิด	4	20	12.00	2.62	-.131	.006
3.การนำแนวความคิดสู่การปฏิบัติ	3	15	9.07	2.02	-.010	-.135
การรับรู้การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร						
1.การรับรู้ผลลัพธ์ของงานร่วมกัน	4	14	9.96	1.79	-.216	-.133
2.การสนับสนุนทรัพยากรอย่างเหมาะสม	8	24	12.68	2.82	-.336	.200
3.การสนับสนุนของผู้บังคับบัญชา	10	29	19.93	3.20	-.171	.346
ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน	22	55	41.48	8.04	-.094	-.448
การให้คุณค่าในงาน	27	70	51.88	10.45	-.097	-.300

### 3. ผลการวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรตามกรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรตามกรอบแนวคิดการวิจัย ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของบุคลากร โดยมีความหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงสาเหตุและตัวแปรตาม เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตรวจสอบความตรงของโมเดลสมมติฐานการวิจัย ผลวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรตามพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมกับตัวแปรการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงานมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .524 , .527 และ .416 ตามลำดับ โดยทุกคู่ความสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทิศทางบวก นั้นแสดงว่าเมื่อระดับตัวแปรการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงานเพิ่มขึ้น พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมจะเพิ่มขึ้นด้วย

ผลการวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของโมเดลตามกรอบการวิจัยในครั้งนี้ พบว่าการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงาน มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับตัวแปรพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงดังตาราง 12

ตาราง 12 เมทริกซ์สหสัมพันธ์ตัวแปรโมเดลสมมติฐานการวิจัย ( $n=352$ )

ตัวแปร	<i>M</i>	<i>SD</i>	1	2	3	4
1) พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม	30.05	7.77	(.940)	.524**	.527**	.416**
2) การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร	46.59	9.81	.524**	(.938)	.491**	.488**
3) ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน	41.49	8.04	.527**	.491**	(.935)	.254**
4) การให้คุณค่าในงาน	66.65	13.42	.416**	.488**	.254**	(.961)

หมายเหตุ \*\* $p < .01$  ; ค่าในวงเล็บเป็นค่าความเที่ยงของตัวแปร (Cronbach's Alpha)

เมื่อพิจารณาขนาดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นอยู่ระหว่าง .254 ถึง .491 มีขนาดความสัมพันธ์ไม่เกิน .80 (Hair และคณะ, 1998) ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลชุดนี้ไม่เกิด Multicollinearity ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์เพื่อตรวจสอบความตรงของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม



#### 4. การตรวจสอบความตรงของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

การตรวจสอบความตรงของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของงานวิจัยในครั้งนี้พบว่าค่าไคสแควร์ มีค่าเท่ากับ .136 ที่องศาอิสระเท่ากับ 1 ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .01 โดยค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) เท่ากับ .998 และค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) เท่ากับ .01 จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุงานวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกลมกลืนกันกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การวิเคราะห์เส้นอิทธิพลในโมเดลตามกรอบงานวิจัย พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุส่งผลถึงพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม ได้แก่ การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงาน โดยตัวแปรดังกล่าวร่วมกันอธิบายความแปรปรวนในพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม คิดเป็นร้อยละ 40.1 ( $R^2 = .401$ )

การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) เท่ากับ .488 และอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) เท่ากับ .272 โดยส่งผ่านตัวแปรความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงาน อย่างมีนัยสำคัญทาง

ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงานต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) เท่ากับ .491 และ .253 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาอิทธิพลรวม (Total Effect) ต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม พบว่าการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงาน มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ .525 , .351 และ .204

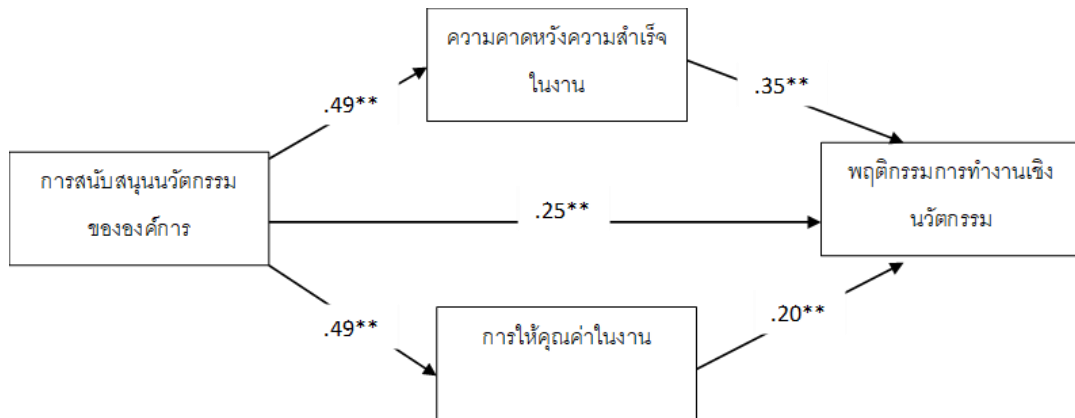
การวิเคราะห์สรุปผลได้ว่า โมเดลตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Chi-square = .136 , df = 1 , p = .712 , RMSEA = .01 , GFI = .999 , AGFI = .998 ,  $R^2 = .401$  โดยตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปร สามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันในพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม คิดเป็นร้อยละ 40.1 ( $R^2 = .401$ )

ผู้วิจัยนำเสนอรูปโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม ดังภาพประกอบ 8 และผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม (Total Effect) อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) และอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) แสดงดังตาราง 13

ตาราง 13 อิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) อิทธิพลรวม (TE) และผลการวิเคราะห์  
ความตรงของโมเดล

ตัวแปรเชิงสาเหตุ		การสนับสนุนนวัตกรรม	ความคาดหวัง	การให้คุณค่าใน
ตัวแปรผล		ขององค์การ	ความสำเร็จในงาน	งาน
พฤติกรรมการทำงานเชิง นวัตกรรม $R^2 = .401$	TE	.525** (.06)	.351** (.05)	.204** (.05)
	IE	.272**	-	-
	DE	.253**	.351**	.204**
ความคาดหวัง ความสำเร็จในการ ทำงาน $R^2 = .241$	TE	.491** (.05)	-	-
	IE	-	-	-
	DE	.491**	-	-
การให้คุณค่าในงาน $R^2 = .238$	TE	.488** (.05)	-	-
	IE	-	-	-
	DE	.488**	-	-

Chi-square = .136 , df = 1 , p = .712 , GFI = .999 , AGFI = .998 , RMSEA = 0



หมายเหตุ \*\* $p < .01$

Chi-square = .136 , df = 2 , p = .712 , GFI = .999 , AGFI = .998 , RMSEA = .01

รูปภาพ 8 อิทธิพลการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน โดยมีความคาดหวังความสำเร็จ และการให้คุณค่าในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

#### วัตถุประสงค์

งานวิจัยนี้ดำเนินการวิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์ ประการแรกคือเพื่อตรวจสอบความตรงของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน โดยมีความคาดหวังความสำเร็จในงาน และการให้คุณค่าในการทำงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน ประการที่สองเพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ความคาดหวังในความสำเร็จในงาน และการให้คุณค่าในการทำงาน ไปยังพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัทโทรคมนาคมและเทคโนโลยีการสื่อสารในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Hair et al.(2006) เสนอว่าเพื่อให้ครอบคลุมการประมาณค่าพารามิเตอร์และเกิดความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด กลุ่มตัวอย่างจึงควรมีประมาณ 25 ตัวอย่างต่อการประมาณในค่า 1 พารามิเตอร์ โดยงานวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยพารามิเตอร์ที่ประมาณค่าตามตัวแปร 1 ตัวแปร รวมพารามิเตอร์หลักและพารามิเตอร์ความคลาดเคลื่อน จำนวนประมาณ 12 พารามิเตอร์ ที่ไม่ทราบค่าและต้องประมาณค่า ดังนั้น  $12 \times 25 = 300$  คน ประกอบกับขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ความคลาดเคลื่อนที่ระดับ .05 ต้องการประมาณ 384 คน ผู้วิจัยจึงแจกแบบวัดฉบับสมบูรณ์ให้กับพนักงาน 400 ชุด และมีการตอบกลับมา จำนวน 352 ชุด ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างสำหรับการดำเนินการวิจัยมีจำนวนทั้งสิ้น 352 คน คิดเป็นร้อยละ 88

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบวัดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม แบบวัดความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน แบบวัดการให้คุณค่าในงาน และแบบวัดการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ทุกแบบวัดเป็นการแบบประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) เริ่มจาก ตรงกับตัวฉันมากที่สุด ให้ 5 คะแนน ไปจนถึง ตรงกับตัวฉันน้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน ทั้งนี้แบบวัดผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อวัดกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป โดยข้อวัดที่ไม่ผ่าน

เกณฑ์การคัดเลือกผู้วิจัยมีการปรับปรุงข้อวัดตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ นำผลจากการคัดเลือกมาหาค่าอำนาจจำแนก แบบวัดมีค่าความเที่ยงแบบสอดคล้องภายใน ตามสูตรสัมประสิทธิ์ อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

1. ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 142 คนและเพศหญิง 210 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 และ 59.7 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 40 – 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.3 อายุระหว่าง 50 – 59 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.8 อายุระหว่าง 30 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.9 และช่วงอายุที่น้อยที่สุดคือ 20 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.0 ระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ ร้อยละ 54.0 , 42.3 และ 3.7 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาระยะเวลาในการปฏิบัติงานพบว่า ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 4 – 6 ปี ปฏิบัติงานมากกว่า 10 ปี การปฏิบัติงานช่วง 1 – 3 ปี และปฏิบัติงานน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.7 , 26.1 , 24.7 และ 20.5 ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของตัวแปรจากการศึกษาวิจัยจะถูกนำเสนอด้วยค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ คะแนนสูงสุด (Max) คะแนนต่ำสุด (Min) ค่าเฉลี่ย ( $M$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ ) ค่าความเบ้ ( $Sk$ ) และค่าความโด่ง ( $Ku$ ) โดยผลการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของตัวแปร พบว่า ตัวแปรพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ย ( $M$ ) เท่ากับ 30.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ ) เท่ากับ 7.77 คะแนนต่ำสุด (Min) เท่ากับ 10 คะแนนสูงสุด (Max) เท่ากับ 50 ตัวแปรการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร มีค่าเฉลี่ย ( $M$ ) เท่ากับ 46.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ ) เท่ากับ 9.83 คะแนนต่ำสุด (Min) เท่ากับ 16 คะแนนสูงสุด (Max) เท่ากับ 70 ตัวแปรความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย ( $M$ ) เท่ากับ 41.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ ) เท่ากับ 8.04 คะแนนต่ำสุด (Min) เท่ากับ 22 คะแนนสูงสุด (Max) เท่ากับ 55 และตัวแปรการให้คุณค่าในงาน มีค่าเฉลี่ย ( $M$ ) เท่ากับ 51.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ ) เท่ากับ 10.45 คะแนนต่ำสุด (Min) เท่ากับ 27 คะแนนสูงสุด (Max) เท่ากับ 70

### สรุปผลการวิจัย

1. ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรที่ส่งผลถึงพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม โดยมีความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงาน เป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่า Chi-square = .136

ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 1 ระดับนัยสำคัญ (p) เท่ากับ .712 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 1.00 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ .998 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือมาตรฐาน (RMSEA) เท่ากับ .01 จากผลข้างต้นสรุปได้ว่า โมเดลเชิงสาเหตุของอิทธิพลการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์การที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน โดยมีความคาดหวังความสำเร็จในงาน และการให้คุณค่าในงาน เป็นตัวส่งผ่าน ที่ได้ทำการพัฒนาตามกรอบแนวคิดทฤษฎีมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยตัวแปรอิสระ ได้แก่ การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์การ ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงาน คิดเป็นร้อยละ 40

2. ผลการศึกษาศึกษาอิทธิพลของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์การที่ส่งผลถึงพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน โดยมีความคาดหวังความสำเร็จในงาน และการให้คุณค่าในงาน เป็นตัวแปรส่งผ่าน

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดลเชิงสาเหตุของพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน ทั้งอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม พบว่า ตัวแปรตัวแปรการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์การ ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงาน ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมได้ ร้อยละ 40 ( $R^2 = 401$ )

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตาม พบว่า การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์การมีผลต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม มีค่าเท่ากับ .253 ส่วนการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์การมีผลต่อความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน มีค่าเท่ากับ .491 และการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์การมีผลต่อการให้คุณค่าในงาน มีค่าเท่ากับ .488 ทั้งหมดมีทิศทางบวก โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อพิจารณาอิทธิพลรวมของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตาม พบว่า การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์การมีผลต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม ความคาดหวังความสำเร็จในงาน และการให้คุณค่าในงาน มีค่าเท่ากับ .525 , .491 และ .488 ตามลำดับในทิศทางบวก โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผลความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงานมีต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม มีค่าเท่ากับ .351 และ .204 ตามลำดับ ในทิศทางบวก โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อพิจารณาอิทธิพลรวมข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อบุคลากรได้รับการสนับสนุนนวัตกรรมจากองค์กรมากขึ้น จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม

ตาม หากบุคคลากรมีความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และให้คุณค่าในงาน ก็จะส่งผลให้ พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมสูงขึ้นอีกด้วย

## อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ทำให้พบว่าการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรมีอิทธิพลโดยตรงต่อ พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมเท่ากับ .253 เมื่อพิจารณาการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรที่มี ผลต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมจะสูงขึ้นจากการส่งผ่านตัวแปรเชิงสาเหตุทั้ง 2 ตัวแปร คือ ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงาน โดยมี เท่ากับ .525 สามารถ อภิปรายความแปรปรวนร่วมกันในพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม คิดเป็นร้อยละ 40 สรุปได้ ว่า ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงานเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญ ต่อการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรไปยังพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม สอดคล้องกับ ทฤษฎีความคาดหวัง และคุณค่า (Eccle และคณะ , 1983) ที่อธิบายว่า ความคาดหวังและคุณค่า ของบุคคลมีผลต่อการกำหนดทิศทางของพฤติกรรมที่จะนำไปสู่ความพยายาม และ Vroom (1964) กล่าวไว้ว่าความคาดหวังและคุณค่าเปรียบเสมือนแรงจูงภายในที่เกิดขึ้นโดย ความ คาดหวังเป็นเป็นการคาดการณ์ถึงความเป็นไปได้ก่อนลงมือกระทำ และคุณค่าคือการให้ความสำคัญ กับผลลัพธ์ที่แตกต่างออกไปอาจส่งผลถึงระดับของพฤติกรรมที่มีความแตกต่าง Eccle และ Wigfield (1995) ได้แบ่งองค์ประกอบของการให้คุณค่าออกเป็น 4 องค์ประกอบได้แก่

องค์ประกอบที่หนึ่ง คุณค่าในความสำเร็จ (attainment value) คือ การให้ความสำคัญกับ สิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยการรับรู้ถึงรายละเอียดของงาน (perception of the task properties) โดยการ รับรู้ถึงรายละเอียดของงาน ช่วยอธิบายการให้คุณค่าในความสำเร็จได้ เช่น การเชื่อว่าการได้รับการ ประเมินที่สูงมีความสำคัญต่อหน้าที่การงานในอนาคต ทำให้บุคลากรกระตือรือร้นในการ ทำงาน ดังนั้นระดับการให้คุณค่าความสำเร็จในงานสูง

องค์ประกอบที่สอง คุณค่าภายในจิตใจ (intrinsic value) คือ ความเป็นสุข ความพึงพอใจ เกิดขึ้นจากภายใน สามารถรับรู้ได้ในขณะลงมือทำกิจกรรม โดยเกิดจากความสนใจ (perceived interest) จะแสดงออกในกิจกรรมที่กระทำ โดยบุคคลจะแสดงออกถึงความกระตือรือร้นในการทำ กิจกรรมเพราะเป็นสิ่งที่เกิดจากความพึงพอใจ

องค์ประกอบที่สาม คุณประโยชน์ (utility value) เป็นสิ่งที่มีคุณประโยชน์กับผลลัพธ์ใน ปัจจุบันไปจนอนาคต เช่น การตั้งใจปฏิบัติงานเพื่อให้ได้ผลการประเมินที่ดี มีความเกี่ยวเนื่องอาจ ส่งผลให้ได้รับการปรับตำแหน่งในอนาคต

องค์ประกอบที่สี่ ความคุ้มค่า (Cost) คือ คุณค่าของสิ่งนั้นมีความสำคัญมากน้อยเพียงใดที่จะกระทำ โดยสามารถแยกออกจากปัจจัยข้างต้นที่เป็นคุณค่าภายในบุคคล (Eccles & Wigfield, 2002) เนื่องจากความคุ้มค่าเป็นปัจจัยเชิงลบที่ประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ 1) การรับรู้ถึงความพยายามที่จะทำจนสำเร็จ 2) การสละเวลาในการลงมือทำ 3) การคาดการณ์ถึงความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น (Eccles, 1983)

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงของตัวแปรของตัวแปรการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรไปยังพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมพบว่ามีระดับเพียง .253 แต่เมื่อเทียบกับอิทธิพลทางตรงของตัวแปรความคาดหวังความสำเร็จในงาน และการให้คุณค่าในงานมีระดับ .491 และ .488 ตามลำดับ โดยการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมระดับ .272 แสดงให้เห็นว่าการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรทั้งนี้หมายถึงการสนับสนุนต่างๆ จากองค์กร หน่วยงาน และหัวหน้างาน ส่งผลต่อความคาดหวังความสำเร็จในงาน และการให้คุณค่าในงาน ถึงการแสดงออกพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม การที่บุคคลรับรู้ถึงความสามารถและความคาดหวังในความสำเร็จ ประกอบกับการได้รับการสนับสนุนที่ดีจากสภาพแวดล้อมอย่างเหมาะสม (Ryan และคณะ ,2016) แต่ในขณะเดียวกันการที่จะเกิดการให้คุณค่าต่อต้องรับรู้ถึงคุณค่าในสิ่งนั้น โดยเมื่อบุคคลรับรู้ถึงการสนับสนุนส่งเสริมที่เหมาะสม ส่งผลให้เกิดการให้คุณค่าต่อสิ่งนั้นในทิศทางที่ดีเช่นกัน (Mimi Bong และคณะ ,2012) จากกรอบแนวคิดโมเดลสมมติฐานการวิจัย แสดงให้เห็นว่า การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม เป็นไปตามการศึกษาภายใต้ทฤษฎีความคาดหวัง และคุณค่า

**สมมติฐานที่ 1 อิทธิพลการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม เมื่อความคาดหวังความสำเร็จในงาน และการให้คุณค่าในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์**

จากการวิเคราะห์ โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม ส่งผ่านความคาดหวังความสำเร็จในงาน และการให้คุณค่าในงาน ดัชนีชี้วัดความสอดคล้องกลมกลืนของพารามิเตอร์ที่แสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องของโมเดลสมมติฐานการวิจัยกับทฤษฎี และงานวิจัยที่ได้ทำการศึกษาก่อนหน้าภายใต้แนวคิดทฤษฎีความคาดหวัง และคุณค่า (Eccles & Wigfield,2002; Eccles, 2009) โดยมีสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจของบุคคลในการทำงาน ผู้วิจัยจึงเปรียบเทียบค่าทางสถิติและค่าดัชนีต่างๆ ตามเกณฑ์ที่ระบุก่อนหน้า ผลของการตรวจสอบความตรงโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรมีผลต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน



โดยส่งผ่านความคาดหวังความสำเร็จในงาน และการให้คุณค่าในงาน พบว่าค่า Chi-square มีค่าเท่ากับ .136 ที่องศาอิสระเท่ากับ 1 ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .01 ค่าดัชนีชี้วัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) เท่ากับ .998 และค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Error of Approximation: RMSEA) เท่ากับ .01 แสดงให้เห็นว่าอิทธิพลการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรมีผลต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน ส่งผ่านความคาดหวังความสำเร็จในงาน และการให้คุณค่าในงาน มีความสอดคล้องกลมกลืนทำให้ผลการวิจัยส่วนนี้สนับสนุนสมมติฐานที่ 1

จากการแสดงข้อมูลข้างต้น แสดงให้เห็นว่าโมเดลสมมติฐานตามกรอบแนวคิดการวิจัยที่ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาขึ้นมา มีความสอดคล้องตามทฤษฎีจิตวิทยา ได้แก่ ทฤษฎีความคาดหวัง และ คุณค่า อธิบายได้ว่า ความคาดหวังในความสามารถและคุณค่าต่อสิ่งที่บุคคลให้ เป็นกลไกจูงใจภายในของบุคคลเป็นตัวกำหนดทิศทางของพฤติกรรมที่จะนำไปสู่ความพยายาม การที่บุคคลรับรู้ถึงความสามารถหรือความคาดหวังที่มีต่อความสำเร็จ จนกระทั่งกระตุ้นให้เกิดการให้คุณค่าต่อสิ่งนั้น ทั้งนี้ย่อมเกิดจากการได้รับการสนับสนุนที่เหมาะสม และหากบุคคลมีความเชื่อมั่นในความสามารถ ก็จะทำให้กระทำสิ่งนั้นได้สำเร็จ จนสะท้อนออกเป็นพฤติกรรม (Lewin, 1938) การรับรู้ถึงการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร และทิศทางขององค์กร บุคคลจะรับรู้ถึงเป้าหมายขององค์กร เนื่องจากปฏิบัติงานภายใต้ทิศทางที่องค์กรกำหนด และบุคคลจะแสดงพฤติกรรมออกมาในทิศทางดังกล่าวตามเป้าหมายนั้น ทั้งนี้เมื่อบุคคลรับรู้ถึงทิศทางของเป้าหมายร่วมกันกับองค์กรแล้วบุคคลจะประเมินคุณค่าในสิ่งที่ตนลงมือกระทำเพื่อให้เกิดผลสำเร็จ การให้คุณค่ากับสิ่งนั้นควรแก่การกระทำ การให้คุณค่าได้ถูกอธิบายไว้ตามข้างต้น 4 ประการ เมื่อความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงานมีสูงจะส่งผลให้การแสดงออกพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมสูงขึ้น จากงานวิจัยของโชติกา จันทรอยู่ (2562) ที่ศึกษาพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในพนักงานเจนวาย ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย พบว่าอิทธิพลของบรรยากาศในการส่งเสริมนวัตกรรมส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ตรีทิพย์ บุญแย้ม (2554) ที่กล่าวว่า บรรยากาศการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรเป็นการรับรู้ร่วมกันว่าสภาพแวดล้อมขององค์กรส่งเสริมการสร้าง นำเสนอ ความคิดใหม่ นวัตกรรมใหม่ ตลอดจนรับรู้ได้ว่าการสร้างความคิดและนวัตกรรมเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อองค์กร และจากงานวิจัยของ Al-Saudi (2012) พบว่าบรรยากาศองค์กรเป็นปัจจัยหนึ่งที่กระตุ้นให้เกิดการสร้างความคิดใหม่ ๆ และส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของประเวศ ชุ่มเกษรกุลกิจ และ ศจีมาจ ณ วิเชียร (2561) ที่พบว่า บรรยากาศในการสนับสนุนนวัตกรรม

ขององค์กรทำให้พนักงานมีพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในการทำงานมากขึ้น เนื่องจากพนักงานรับรู้ได้ว่านวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรต้องการ และพนักงานพยายามแสดงออกพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการขององค์กร

**สมมติฐานที่ 2 การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม โดยมีความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน**

จากการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรมีอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) กับพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .253 และมีอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) กับพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมเท่ากับ .272 ทั้งสองมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยส่งผ่านตัวแปรความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงาน หมายความว่า หากการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมสูงขึ้น เมื่อส่งผ่านตัวแปรความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงาน เมื่อพิจารณาจากแนวคิดตัวแปรส่งผ่าน (Baron และ Kenny, 1986) เห็นได้ว่าอิทธิพลทางอ้อมที่เกิดขึ้น ส่งผ่านตัวแปรความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงานนั้นทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านอย่างสมบูรณ์ (Complete Mediator) ในอิทธิพลของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของบุคลากร โดยเมื่อการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรเพิ่มขึ้นส่งผลไปยัง ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงาน เป็นไปได้ว่าพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมสูงขึ้นด้วย แสดงให้เห็นว่าเมื่อรับรู้ถึงการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรทำให้บุคลากรมั่นใจ และรับรู้ถึงระดับศักยภาพของตัวเองว่าสามารถปฏิบัติงานได้อย่างสมบูรณ์ สอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวัง และคุณค่า ที่อธิบาย การคาดหวังสู่ความสำเร็จ คือความเชื่อของบุคคลที่รับรู้ถึงความสามารถ (ability) ในการปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ และสอดคล้องกับทฤษฎีของ Vroom (1964) ว่า ความคาดหวังที่เกิดขึ้นเป็นการรับรู้ของบุคคลต่อความสามารถภายในตนเอง หรือความเป็นไปได้ที่บุคคลจะสามารถบรรลุเป้าหมายได้ มีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ ประการที่หนึ่ง ความคาดหวังในความพยายามต่อการปฏิบัติงาน เป็นการคาดการณ์ความเป็นไปได้ในการกระทำหากตนได้ใช้ความพยายามร่วมกับองค์ประกอบอื่นๆ ในขณะนั้น และหากคาดการณ์แล้วว่ามีความพร้อมมากพอ บุคคลจะตัดสินใจกระทำ หรือแสดงออกพฤติกรรมกับสิ่งที่ตั้งใจจะทำ แต่หากพบว่างานนั้นยากเกินความสามารถของตน หรือรับรู้ว่าการสนับสนุนจากองค์กร บุคคลอาจตัดสินใจไม่กระทำ หรือไม่แสดงออกทางพฤติกรรม ดังนั้นความพร้อมของสภาพแวดล้อมในการทำงาน การสนับสนุน

ที่เหมาะสมจากองค์กร และการรับรู้ในศักยภาพของตนเองจึงปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดทิศทางของแสดงออกพฤติกรรม ประการที่สอง ความคาดหวังในผลลัพธ์ของการแสดงออกพฤติกรรม เป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าก่อนที่จะกระทำ ถ้าลงมือกระทำด้วยความพยายามอย่างเต็มที่ ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นมีความคุ้มค่าหรือไม่ ผลลัพธ์นั้นอาจเป็นรางวัลภายนอกที่จับต้องได้ เช่น เงิน สวัสดิการ หรือการประเมิน เป็นต้น ส่วนรางวัลภายในจิตใจ เช่น ความรู้สึก ยินดี ปลื้มปิติ ในความสำเร็จ ดังนั้น ผลลัพธ์ของการแสดงออกพฤติกรรมจึงเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจต่อการแสดงออกพฤติกรรม และประการที่สาม ความคาดหวังในคุณค่าของผลลัพธ์ เป็นการคาดการณ์ในการให้คุณค่าของผลลัพธ์หรือรางวัลจากการแสดงออกพฤติกรรมนั้นๆ โดยบุคคลจะคาดการณ์ในคุณค่าของผลลัพธ์ที่แตกต่างกันออกไป แม้เนื้องานเหมือนกัน เมื่อใดที่บุคคลคาดการณ์ในคุณค่าของผลลัพธ์มาก จะยิ่งทำให้แรงจูงใจให้บุคคลตัดสินใจกระทำ

เมื่อพิจารณาตัวแปรการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรที่ส่งผลถึงพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม โดยส่งผ่านความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงาน พบว่า ผลของการวิจัยมีความสอดคล้องเป็นไปตามทฤษฎีการตั้งเป้าหมายเชิงสัมฤทธิ์ของ Ames (1992) เสนอว่า การทำงานอย่างมีเป้าหมายเป็นการกำหนดแนวทางในการทำงานเพื่อให้บรรลุผลลัพธ์ในงาน โดยการตั้งเป้าหมายขององค์กร เป็นตัวกำหนดทิศทางของบุคลากรในการแสดงออกพฤติกรรม (Urdan, 1997) อีกทั้ง Amabile (1997) มองว่าองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลถึงการสร้างบรรยากาศที่ช่วยสนับสนุนนวัตกรรมให้เกิดขึ้นได้ กล่าวคือการทำให้นักงานรับรู้ถึงการสนับสนุน ส่งเสริมนวัตกรรม ต้องอาศัยการบริหารในระดับองค์กรในการขับเคลื่อน และงานวิจัยของ วารุณี ทองดี (2559) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้โครงสร้างเป้าหมายที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของบุคลากร ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรการรับรู้โครงสร้างเป้าหมายขององค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน ดังนั้นการสนับสนุนขององค์กรสูงอิทธิพลที่ส่งผลมาถึงความคาดหวังความสำเร็จในงาน และการให้คุณค่าในงานเพิ่มสูงขึ้น เมื่อความคาดหวังความสำเร็จในงาน และการให้คุณค่าในงานสูงขึ้นจะส่งผลถึงพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมที่สูงขึ้นตามไปด้วย และงานวิจัยของ แบงค์ พงศ์ขยัน (2563) แสดงให้เห็นว่า ความคาดหวังความสำเร็จในงาน และการให้คุณค่าในงาน เป็นตัวแปรส่งผ่านที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานอย่างสมบูรณ์ (Complete Mediator) ดังนั้นผลการศึกษาก่อนหน้าในลักษณะของการตรวจสอบโมเดลเชิงสาเหตุที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมสัมฤทธิ์ผล สอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวัง และคุณค่า แสดงให้เห็นว่าความคาดหวังและคุณค่าส่งผลทางตรง และทางอ้อมไปยังพฤติกรรมสัมฤทธิ์ผลด้วย สรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์ในส่วนนี้สนับสนุนสมมติฐานที่ 2

### ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

องค์กรควรสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการจัดอบรมหรือกิจกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์จากการทำงาน และสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในองค์กร อีกทั้งพัฒนาทักษะการคิดเชิงนวัตกรรมให้สูงขึ้น และการใช้การสื่อสารที่ถูกต้องเหมาะสม ควบคู่กับการให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมภายในหน่วยงานที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์อย่างถูกต้องกับพนักงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด

จากผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่าอิทธิพลของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมมากที่สุด ดังนั้นองค์กรควรให้ความสำคัญกับการเป็นสภาพแวดล้อมที่ดี และสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานเพื่อให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นหรือแลกเปลี่ยน ความรู้ระหว่างพนักงาน ตลอดจนสามารถคิดค้นผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการใหม่ๆ ได้จนสามารถแข่งขันได้

ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงาน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม โดยผลการวิจัยนี้สามารถนำไปอ้างอิง เพื่อประยุกต์ใช้สำหรับเป็นแนวทางในการจัดสรรทรัพยากรส่งเสริม จัดอบรม โครงการหรือกิจกรรม เพื่อเสริมสร้างให้พนักงานมีความคาดหวังความสำเร็จ และการให้คุณค่าในงาน อันจะส่งผลให้พนักงานมีพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม ทั้งนี้พฤติกรรมดังกล่าวจะช่วยให้พนักงานสามารถ คิด นำเสนอ ผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการใหม่ รวมไปถึงการปรับปรุงกระบวนการเดิมให้ดีขึ้น ตลอดจนนำไปใช้งานจนเกิดประโยชน์ต่อองค์กรได้

จากงานวิจัยอิทธิพลของการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ที่ส่งผลถึงพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการกำหนดนโยบายขององค์กรที่มีวัตถุประสงค์มุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมอย่างชัดเจน ว่ามีบทบาทต่อการสร้างบรรยากาศสนับสนุนทางด้านนวัตกรรม เพื่อผลักดันให้เกิดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม ดังนั้นองค์กรที่มีความต้องการผลักดันนวัตกรรมใหม่ๆ ผู้บริหารระดับสูงจะต้องเป็นผู้กำหนดวิสัยทัศน์หรือเป้าหมายองค์กร เพื่อเป็นแนวทางให้กับพนักงานปฏิบัติงานสอดคล้องกับความต้องการขององค์กร

### ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการสรุปและวิเคราะห์ผลในภาพรวม ทั้งนี้เป็นเพียงการศึกษาจากพนักงานในบริษัททวูในพื้นที่กรุงเทพมหานครเท่านั้น จึงควรศึกษาเพิ่มเติมของการสนับสนุนนวัตกรรมของ

องค์การที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานตามกลุ่มงานที่เหมาะสม อีกทั้ง การเลือกช่วงวัย โดยมีความคาดหวังความสำเร็จในงาน และการให้คุณค่าในงาน เป็นตัวแปร ส่งผ่าน ในบริบทที่แตกต่างกัน จากผลการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิง ประจักษ์พบว่า ตัวแปรในโมเดลการวิจัย สามารถอธิบายพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมได้ร้อยละ 40 ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาตัวแปรอื่นร่วมด้วย เช่น ปริมาณของงาน ความพึงพอใจในงาน ความยืดหยุ่นผูกพันในงาน เป็นต้น

### **ข้อจำกัดในการวิจัย**

จากการศึกษาครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลายทางด้านเพศ ประสบการณ์การทำงาน หน่วยงาน ระดับการศึกษา และอายุ อาจส่งผลให้การรับรู้การสนับสนุนนวัตกรรมของ องค์การ ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน และการให้คุณค่าในงาน มีความแตกต่างกัน อีกทั้งภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส 2019 (โควิด-19) องค์การไม่ได้เนิ่นนอนใจได้ออกนโยบายให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานที่บ้านได้ (Work From Home) ตามข้อกำหนดของรัฐบาล อาจทำให้การรับรู้ของบุคคลกับองค์การเปลี่ยนแปลงไป รวมไปถึงการเก็บข้อมูลงานวิจัยครั้งนี้ทำได้อย่างยากลำบาก

## บรรณานุกรม

- Albanese, R., และ Van Fleet, D. D. (1985). Rational behavior in groups: The free-riding tendency. *Academy of Management review*, 10(2), 244-255.
- Amabile, T. M. (1997). Motivating creativity in organizations: On doing what you love and loving what you do. *California management review*, 40(1), 39-58.
- Amabile, T. M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J., และ Herron, M. (1996). Assessing the work environment for creativity. *Academy of management journal*, 39(5), 1154-1184.
- Aryee, S., Zhou, Q., SUN, L.-Y., และ Lo, S. (2009). *PERCEPTIONS OF POLITICS, INTRINSIC MOTIVATION AND CREATIVE PERFORMANCE: EVIDENCE FROM THE SERVICE SECTOR*. Paper presented at the Academy of Management Proceedings.
- Atkinson, J. (1964). An introduction to motivation/John William Atkinson. In: New York: Van Nostrand Reinhold.
- Atkinson, J. W., และ Feather, N. T. (1966). *A theory of achievement motivation* (66): Wiley New York.
- Baron, R. M., และ Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of personality and social psychology*, 51(6), 1173.
- Cohen, W. M., และ Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative science quarterly*, 128-152.
- Conley, A. M. (2012). Patterns of motivation beliefs: Combining achievement goal and expectancy-value perspectives. *Journal of educational psychology*, 104(1), 32.
- Crespell, P., และ Hansen, E. (2008). Managing for innovation: Insights into a successful company. *Forest products journal*, 58(9).
- De Jong, J., และ Den Hartog, D. (2010). Measuring innovative work behaviour. *Creativity and innovation management*, 19(1), 23-36.

- Dee, J. R. (1999). *Organizational support for innovation: Perspectives of community college faculty*: The University of Iowa.
- Dorenbosch, L., Engen, M. L. v., และ Verhagen, M. (2005). On-the-job innovation: The impact of job design and human resource management through production ownership. *Creativity and innovation management*, 14(2), 129-141.
- Eccles, J. (1983). Expectancies, values and academic behaviors. *Achievement and achievement motives*.
- Eccles, J. S., O'Neill, S. A., และ Wigfield, A. (2005). Ability self-perceptions and subjective task values in adolescents and children *What do children need to flourish?* (237-249): Springer.
- Eccles, J. S., และ Wigfield, A. (1995). In the mind of the actor: The structure of adolescents' achievement task values and expectancy-related beliefs. *Personality and social psychology bulletin*, 21(3), 215-225.
- Eccles, J. S., และ Wigfield, A. (2002). Motivational beliefs, values, and goals. *Annual review of psychology*, 53(1), 109-132.
- Finn, J. D. (1972). Expectations and the educational environment. *Review of educational research*, 42(3), 387-410.
- Fredricks, J. A., และ Eccles, J. S. (2002). Children's competence and value beliefs from childhood through adolescence: growth trajectories in two male-sex-typed domains. *Developmental psychology*, 38(4), 519.
- Fuentes-Fuentes, M. M., Albacete-Sáez, C. A., และ Lloréns-Montes, F. J. (2004). The impact of environmental characteristics on TQM principles and organizational performance. *Omega*, 32(6), 425-442.
- Gunzler, D., Chen, T., Wu, P., และ Zhang, H. (2013). Introduction to mediation analysis with structural equation modeling. *Shanghai archives of psychiatry*, 25(6), 390.
- Hair, J. F. (2009). *Multivariate data analysis*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., และ Tatham, R. (2006). *Multivariate data analysis*. Upper saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

- Harkema, S. (2003). A complex adaptive perspective on learning within innovation projects. *The learning organization*.
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour. *Journal of Occupational and organizational psychology*, 73(3), 287-302.
- Johnston, R. E., และ Bate, J. D. (2013). *The power of strategy innovation: a new way of linking creativity and strategic planning to discover great business opportunities*: Amacom.
- Kanter, R. M. (1988). When a thousand flowers bloom: Structural, collective, and social conditions for innovation in organizations. *Knowledge Management and Organisational Design*, 10(1), 93-131.
- Kleysen, R. F., และ Street, C. T. (2001). Toward a multi-dimensional measure of individual innovative behavior. *Journal of intellectual Capital*.
- Koys, D. J., และ DeCotiis, T. A. (1991). Inductive measures of psychological climate. *Human relations*, 44(3), 265-285.
- Leong, C. T., และ Rasli, A. (2014). The Relationship between innovative work behavior on work role performance: An empirical study. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 129, 592-600.
- Lewin, K. (1938). The conceptual representation and the measurement of psychological forces.
- Little, T. D., Card, N. A., Bovaird, J. A., Preacher, K. J., และ Crandall, C. S. (2007). Structural equation modeling of mediation and moderation with contextual factors. *Modeling contextual effects in longitudinal studies*, 1, 207-230.
- MacKinnon, D. P., Fairchild, A. J., และ Fritz, M. S. (2007). Mediation analysis. *Annu. Rev. Psychol.*, 58, 593-614.
- Madjar, N., และ Ortiz-Walters, R. (2008). Customers as contributors and reliable evaluators of creativity in the service industry. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 29(7), 949-966.



- Mitsch, R. (1995). Innovation as Part of U.S. Corporate Culture: Innovation Working for You. *United States Law Journal*, 21, 171-178.
- Motowildo, S. J., Borman, W. C., และ Schmit, M. J. (1997). A theory of individual differences in task and contextual performance. *Human performance*, 10(2), 71-83.
- Mumford, M. D., และ Gustafson, S. B. (1988). Creativity syndrome: Integration, application, and innovation. *Psychological bulletin*, 103(1), 27.
- Pieterse, A. N., Van Knippenberg, D., Schippers, M., และ Stam, D. (2010). Transformational and transactional leadership and innovative behavior: The moderating role of psychological empowerment. *Journal of organizational behavior*, 31(4), 609-623.
- Plante, I., O'Keefe, P. A., และ Théorêt, M. (2013). The relation between achievement goal and expectancy-value theories in predicting achievement-related outcomes: A test of four theoretical conceptions. *Motivation and Emotion*, 37(1), 65-78.
- Reiter-Palmon, R., และ Illies, J. J. (2004). Leadership and creativity: Understanding leadership from a creative problem-solving perspective. *The leadership quarterly*, 15(1), 55-77.
- Santoso, H., และ Furinto, A. (2018). The Role of Employee Self Efficacy and Perceived Leader's Proficiency to Innovative Work Behavior in Telecommunication Industry. *Advanced Science Letters*, 24(1), 254-256.
- Sarbin, T. R., และ Mancuso, J. C. (1970). Failure of a moral enterprise: Attitude of the public toward mental illness. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 35(2), 159.
- Scott, S., และ Bruce, R. (1994). *Creating innovative behavior among R&D professionals: the moderating effect of leadership on the relationship between problem-solving style and innovation*. Paper presented at the Proceedings of 1994 IEEE International Engineering Management Conference-IEMC'94.

- Scott, S. G., และ 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.
- Song, Y. (2021). Innovative behavior *World Encyclopedia of Entrepreneurship*: Edward Elgar Publishing.
- Soyoung, P., และ Sungchan, K. (2017). The linkage between work unit performance perceptions of US federal employees and their job satisfaction: An expectancy theory. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 13(52), 77-93.
- Thongdee, W., และ Wattananonsakul, S. (2016). *The Effect of Goal Structure on Job Performance: The Mediating Role of Goal Orientation and Work Engagement*. Paper presented at the Official Conference Proceedings. The Asian Conference on Psychology and the Behavioural Sciences.
- Van de Ven, A. H. (1986). Central problems in the management of innovation. *Management science*, 32(5), 590-607.
- Van der Vegt, G. S., Van de Vliert, E., และ Huang, X. (2005). Location-level links between diversity and innovative climate depend on national power distance. *Academy of management journal*, 48(6), 1171-1182.
- Vroom, V. H. (1964). Work and motivation.
- Wattananonsakul, S. (2017). การ ตรวจสอบ ความ ตรง โมเดล การ วัด กลยุทธ์ การ กำกับ ตนเอง ใน การ เรียน รู้ เชิง วิชาการ ของ นักศึกษา มหาวิทยาลัย. วารสาร พฤติกรรม ศาสตร์ (*Warasan Phuettikammasat*), 23(2), 43-60.
- Weiner, B. (1985). An attributional theory of achievement motivation and emotion. *Psychological review*, 92(4), 548.
- West, D. M. (2004). E-government and the transformation of service delivery and citizen attitudes. *Public administration review*, 64(1), 15-27.
- West, M. A., และ Farr, J. L. (1989). Innovation at work: Psychological perspectives. *Social behaviour*.
- West, M. A., และ Wallace, M. (1991). Innovation in health care teams. *European Journal of social psychology*, 21(4), 303-315.

- Wigfield, A. (1994). Expectancy-value theory of achievement motivation: A developmental perspective. *Educational psychology review*, 6(1), 49-78.
- Wigfield, A., และ Eccles, J. S. (1992). The development of achievement task values: A theoretical analysis. *Developmental review*, 12(3), 265-310.
- Wigfield, A., และ Eccles, J. S. (2000). Expectancy-value theory of achievement motivation. *Contemporary educational psychology*, 25(1), 68-81.
- William, T. (1991). The Business of Innovation: An Interview with Paul Cook. *Innovation: Harvard Business Review Paperback*.
- Xiang, P., McBride, R., และ Guan, J. (2004). Children's motivation in elementary physical education: A longitudinal study. *Research Quarterly for exercise and Sport*, 75(1), 71-80.
- Yuan, F., และ Woodman, R. W. (2010). Innovative behavior in the workplace: The role of performance and image outcome expectations. *Academy of management journal*, 53(2), 323-342.
- Zhou, J., และ George, J. M. (2001). When job dissatisfaction leads to creativity: Encouraging the expression of voice. *Academy of management journal*, 44(4), 682-696.
- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2559). เอกสารประกอบการบรรยายแผนพัฒนา รัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทยระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2559-2561). [http://www.mict.go.th/assets/portals/1/files/590613\\_2DE\\_27-5-59-Dr.Sak.pdf](http://www.mict.go.th/assets/portals/1/files/590613_2DE_27-5-59-Dr.Sak.pdf) website:
- คณะกรรมการด้านนโยบายและยุทธศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม. (2560). (ร่าง) ยุทธศาสตร์การวิจัยและนวัตกรรม 20 ปี. In.
- จุฬารัตน์ เสกนำโชค. (2547). ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์การและความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในสายงานบัญชี บริษัทเอกชนในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ).
- โชติการ จันทร์อุ้ย. (2562). พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานเจนเนอเรชั่นวายการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย.
- ณัฐยา สิ้นตระการผล. (2550). การบริหารจัดการนวัตกรรม.

- ตรีทิพย์ บุญเยี่ยม. (2554). ปัจจัยเชิงสาเหตุทุกระดับที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมระดับบุคคลและระดับกลุ่มงานเพื่อสร้างนวัตกรรมระดับผลิตภัณฑ์ในบริษัทเอกชนของไทย. (ดุष्ฎิบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (วิทยานิพนธ์ดุष्ฎิบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมประยุกต์).
- เทียนศรี บางม่วงงาม. (2562). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรที่ผ่านโครงการอบรมวิศวกรใหม่ กรณีศึกษา บริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยเกริก. (ศิลปศาสตร์ สาขาวิชาบริหารจัดการองค์การ).
- ประเวศ ชุ่มเกษรกุลกิจ, และ ศจีมาจ ฅ วิเชียร. (2561). พฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในการทำงาน: แนวคิด ปัจจัยเชิงสาเหตุ ความท้าทาย. วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา, 10, 25-41.
- วิโรจน์ ทองจันทร์. (2554). การศึกษาความพึงพอใจและความคาดหวังของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนของแผนกวิชาช่างเทคนิคสถาปัตยกรรม ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. (วิศวกรรมโยธา).
- ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์. (2554). การจัดการนวัตกรรมของธุรกิจที่มีผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์ของพนักงาน.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, และ ฅณะ. (2553). นวัตกรรมความหมาย และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ. วารสารบริหารธุรกิจ.
- สมยศ นาวิการ. (2544). การบริหาร. กรุงเทพฯ: บรรณกิจ.
- สิทธิโชค วรานุสันติ. (2546). จิตวิทยาสังคม ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด ยูเคชั่น.
- สิทธิพงศ์ วัฒนานนท์สกุล. (2561). Effectiveness of school-based smoking preventive intervention on smoking-related cognitions among lower secondary school students in Bangkok. *Journal of Research and Curriculum Development*, 8(1), 193-219.
- สุพรรณิ พิกุลทอง. (2559). ความคาดหวังต่อบรรยากาศองค์การของบุคลากรสำนักงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีชั้นสูง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต).
- อชิษฐาน ทองทรัพย์. (2563). อิทธิพลของการอบรมเลี้ยงดูแบบเอาใจใส่ที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โดยมีอัตมโนทัศน์ด้านวิชาการ

ความคาดหวัง และการให้คุณค่าเป็นตัวส่งผ่าน. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (ศิลป  
ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาพัฒนาการ).

อาจารย์ จิตนุราช. (2561). ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นความสอดคล้องระหว่างคนกับงานความ  
สอดคล้องระหว่างคนกับองค์การความไว้วางใจนวัตกรรมและพฤติกรรมการทำงานเชิง  
นวัตกรรมของพนักงานเทศบาลในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้.

อำพร พันมะณี. (2562). ปัจจัยด้านองค์กรที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการ  
ปฏิบัติงาน กรณีศึกษา : บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล  
กรุงเทพ. (บริหารธุรกิจ).





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก  
ใบอนุญาตจรรยาบรรณ



หนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย  
เอกสารข้อมูลคำอธิบายสำหรับผู้เข้าร่วมการวิจัยและใบอนุญาต

หมายเลขข้อเสนอการวิจัย SWUEC-G-038/2565E

ข้อเสนอการวิจัยนี้และเอกสารประกอบของข้อเสนอการวิจัยตามรายการแสดงด้านล่าง ได้รับการพิจารณาจาก คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒแล้ว คณะกรรมการฯ มีความเห็นว่าข้อเสนอการวิจัยที่จะดำเนินการมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนดภายในประเทศ จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยตามข้อเสนอการวิจัยนี้ได้

**ชื่อโครงการวิจัยเรื่อง:** โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมกรทำงานเชิงวัดกรรมของพนักงานบริษัท  
โทรคมนาคมและเทคโนโลยีการสื่อสารแห่งหนึ่ง

**ชื่อผู้วิจัยหลัก:** นาย กฤษณพล มิว่อง

**สังกัด:** บัณฑิตวิทยาลัย

**เอกสารที่รับรอง:**

1. แบบเสนอโครงการวิจัย
2. โครงการวิจัย
3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย
4. หนังสือให้ความยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย

**เอกสารที่พิจารณาทบทวน**

1. แบบเสนอโครงการวิจัย	ฉบับที่ 2	วัน/เดือน/ปี 8 กุมภาพันธ์ 2565
2. โครงร่างการวิจัย	ฉบับที่ 2	วัน/เดือน/ปี 8 กุมภาพันธ์ 2565
3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย	ฉบับที่ 2	วัน/เดือน/ปี 8 กุมภาพันธ์ 2565
4. หนังสือให้ความยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย	ฉบับที่ 2	วัน/เดือน/ปี 8 กุมภาพันธ์ 2565

(ลงชื่อ).....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทันตแพทย์หญิงณปภา เอี่ยมจิตรกุล)

กรรมการและเลขานุการคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

(ลงชื่อ).....

(แพทย์หญิงสุรีพร ภัทรสุวรรณ)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

หมายเลขรับรอง : SWUEC/E/G-038/2565

วันที่ให้การรับรอง : 08/02/2565

วันหมดอายุใบรับรอง : 08/02/2566





ที่ อว 8718/

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
สุมนวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

8 กุมภาพันธ์ 2565

เรื่อง ขอแจ้งผลการพิจารณาโครงการวิจัยเลขที่ SWUEC-G- 038/2565E

เรียน นาย กฤษณพล ผิวฝ่อง

สิ่งที่ส่งมาด้วย ใบรับรองโครงการวิจัย SWUEC/E/G-038/2565

ตามที่ท่านได้ส่งโครงการวิจัยเรื่อง โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัทโทรคมนาคมและเทคโนโลยีการสื่อสารแห่งหนึ่ง โครงการวิจัยเลขที่ SWUEC-G 038/2565E เพื่อรับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ นั้น

คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ ได้พิจารณาโครงการวิจัยดังกล่าว บัดนี้ คณะกรรมการฯ ให้การรับรองโครงการวิจัยดังกล่าวแล้วเมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2565 รายละเอียดดังนี้

Certificate Number	SWUEC/E/G-038/2565
Date of Approval	8 กุมภาพันธ์ 2565 (อายุใบรับรองโครงการวิจัย 12 เดือน)
Date of Expiration	8 กุมภาพันธ์ 2566
Continuing Review	ทุก 12 เดือน (ครบกำหนดส่งรายงานครั้งแรก วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2566)

ในการนี้ คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ ขอความกรุณาให้ผู้วิจัยส่งรายงานความก้าวหน้าของการวิจัยและต่ออายุการรับรองก่อนกำหนดวันหมดอายุ 30 วัน เพื่อให้เป็นไปตามวิธีดำเนินการมาตรฐาน (SOPs version 2.0) ของคณะกรรมการฯ ทั้งนี้รายละเอียดของเอกสารที่ให้การรับรองตามที่ปรากฏใน Certificate of Approval (Certificate Number SWUEC/E/G-038/2565) ที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเขียนมาเพื่อโปรดทราบและดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(แพทย์หญิงสุวิทย์ สุวิธรรม)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
โทรศัพท์ 0-2649-5000 ต่อ 12430  
โทรสาร 0-2259-1822



ภาคผนวก ข  
ผลการวิเคราะห์ Descriptive





ภาคผนวก ค

ผลการวิเคราะห์ที่สำคัญจากโปรแกรม AMOS

## Pairwise Parameter Comparisons (Default model)

## Variance-covariance Matrix of Estimates (Default model)

	par_1	par_2	par_3	par_4	par_5	par_6	par_7	par_8	par_9
par_1	.003								
par_2	.000	.003							
par_3	.000	.000	.004						
par_4	.000	.000	-.001	.003					
par_5	.000	.000	-.001	.000	.003				
par_6	.000	.000	.000	.000	.000	.000			
par_7	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
par_8	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
par_9	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

## Correlations of Estimates (Default model)

	par_1	par_2	par_3	par_4	par_5	par_6	par_7	par_8	par_9
par_1	1.000								
par_2	.000	1.000							
par_3	.000	.000	1.000						
par_4	.000	.000	-.435	1.000					
par_5	.000	.000	-.430	-.020	1.000				
par_6	.000	.000	.000	.000	.000	1.000			
par_7	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000		
par_8	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000	
par_9	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000

## Critical Ratios for Differences between Parameters (Default model)

	par_1	par_2	par_3	par_4	par_5	par_6	par_7	par_8	par_9
par_1	.000								
par_2	.079	.000							
par_3	-2.876	-2.924	.000						
par_4	-2.053	-2.112	.851	.000					
par_5	-4.378	-4.414	-.858	-2.250	.000				
par_6	-4.778	-4.801	-.442	-2.001	.973	.000			
par_7	-5.352	-5.364	-.864	-2.523	.482	-.988	.000		
par_8	-5.144	-5.160	-.711	-2.334	.661	-.620	.369	.000	
par_9	-5.607	-5.614	-1.052	-2.755	.262	-1.452	-.469	-.836	.000

## Pairwise Parameter Comparisons (Default model)

## Variance-covariance Matrix of Estimates (Default model)

	par_1	par_2	par_3	par_4	par_5	par_6	par_7	par_8	par_9
par_1	.003								
par_2	.000	.003							
par_3	.000	.000	.004						
par_4	.000	.000	-.001	.003					
par_5	.000	.000	-.001	.000	.003				
par_6	.000	.000	.000	.000	.000	.000			
par_7	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
par_8	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
par_9	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

## Correlations of Estimates (Default model)

	par_1	par_2	par_3	par_4	par_5	par_6	par_7	par_8	par_9
par_1	1.000								
par_2	.000	1.000							
par_3	.000	.000	1.000						
par_4	.000	.000	-.435	1.000					
par_5	.000	.000	-.430	-.020	1.000				
par_6	.000	.000	.000	.000	.000	1.000			
par_7	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000		
par_8	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000	
par_9	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000

## Critical Ratios for Differences between Parameters: (Default model)

	par_1	par_2	par_3	par_4	par_5	par_6	par_7	par_8	par_9
par_1	.000								
par_2	.079	.000							
par_3	-2.876	-2.924	.000						
par_4	-2.053	-2.112	.851	.000					
par_5	-4.378	-4.414	-.858	-2.250	.000				
par_6	-4.778	-4.801	-.442	-2.001	.973	.000			
par_7	-5.352	-5.364	-.864	-2.523	.482	-.988	.000		
par_8	-5.144	-5.160	-.711	-2.334	.661	-.620	.369	.000	
par_9	-5.607	-5.614	-1.052	-2.755	.262	-1.452	-.469	-.836	.000

**Sample Moments (Group number 1)****Sample Covariances (Group number 1)**

	Mean_Os	Mean_VI	Mean_Ex	Mean_In
Mean_Os	.273			
Mean_VI	.148	.335		
Mean_Ex	.146	.084	.324	
Mean_In	.171	.151	.187	.391

Condition number = 6.309

Eigenvalues

.783 .253 .163 .124

Determinant of sample covariance matrix = .004

**Sample Correlations (Group number 1)**

	Mean_Os	Mean_VI	Mean_Ex	Mean_In
Mean_Os	1.000			
Mean_VI	.488	1.000		
Mean_Ex	.491	.254	1.000	
Mean_In	.524	.416	.527	1.000

Condition number = 5.700

Eigenvalues

2.360 .760 .466 .414



**Variable Summary (Group number 1)**

Your model contains the following variables (Group number 1)

Observed, endogenous variables

Mean\_Ex  
Mean\_VI  
Mean\_In

Observed, exogenous variables

Mean\_Os

Unobserved, exogenous variables

e1  
e2  
e3

**Variable counts (Group number 1)**

Number of variables in your model:	7
Number of observed variables:	4
Number of unobserved variables:	3
Number of exogenous variables:	4
Number of endogenous variables:	3





## Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
Mean_Os	1.643	4.643	-.326	-2.497	.269	1.030
Mean_VI	1.889	5.000	-.097	-.742	-.313	-1.198
Mean_Ex	2.364	5.000	-.093	-.716	-.459	-1.758
Mean_In	1.200	4.900	-.004	-.034	-.081	-.311
Multivariate					-1.095	-1.483



**Estimates (Group number 1 - Default model)****Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)****Maximum Likelihood Estimates****Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Mean_Ex	<--- Mean_Os	.534	.051	10.556	***	par_1
Mean_VI	<--- Mean_Os	.540	.052	10.461	***	par_2
Mean_In	<--- Mean_Os	.302	.063	4.816	***	par_3
Mean_In	<--- Mean_Ex	.385	.052	7.400	***	par_4
Mean_In	<--- Mean_VI	.220	.051	4.303	***	par_5

**Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

	Estimate
Mean_Ex <--- Mean_Os	.491
Mean_VI <--- Mean_Os	.488
Mean_In <--- Mean_Os	.253
Mean_In <--- Mean_Ex	.351
Mean_In <--- Mean_VI	.204

**Variances: (Group number 1 - Default model)**

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Mean_Os	.273	.021	13.248	***	par_6
e1	.246	.019	13.248	***	par_7
e3	.256	.019	13.248	***	par_8
e2	.234	.018	13.248	***	par_9

**Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)**

	Estimate
Mean_VI	.238
Mean_Ex	.241
Mean_In	.401

**Matrices (Group number 1 - Default model)****Implied (for all variables) Covariances (Group number 1 - Default model)**

	Mean_Os	Mean_VI	Mean_Ex	Mean_In
Mean_Os	.273			
Mean_VI	.148	.335		
Mean_Ex	.146	.079	.324	

Mean_In	.171	.149	.186	.390
---------	------	------	------	------

**Implied (for all variables) Correlations (Group number 1 - Default model)**

	Mean_Os	Mean_VI	Mean_Ex	Mean_In
Mean_Os	1.000			
Mean_VI	.488	1.000		
Mean_Ex	.491	.239	1.000	
Mean_In	.525	.411	.524	1.000

**Implied Covariances (Group number 1 - Default model)**

	Mean_Os	Mean_VI	Mean_Ex	Mean_In
Mean_Os	.273			
Mean_VI	.148	.335		
Mean_Ex	.146	.079	.324	
Mean_In	.171	.149	.186	.390

**Implied Correlations (Group number 1 - Default model)**

	Mean_Os	Mean_VI	Mean_Ex	Mean_In
Mean_Os	1.000			
Mean_VI	.488	1.000		
Mean_Ex	.491	.239	1.000	
Mean_In	.525	.411	.524	1.000

**Residual Covariances (Group number 1 - Default model)**

	Mean_Os	Mean_VI	Mean_Ex	Mean_In
Mean_Os	.000			
Mean_VI	.000	.000		
Mean_Ex	.000	.005	.000	
Mean_In	.000	.002	.001	.001

**Standardized Residual Covariances (Group number 1 - Default model)**

	Mean_Os	Mean_VI	Mean_Ex	Mean_In
Mean_Os	.000			
Mean_VI	.000	.000		
Mean_Ex	.000	.273	.000	
Mean_In	.000	.091	.051	.028

**Factor Score Weights (Group number 1 - Default model)****Total Effects (Group number 1 - Default model)**

**Model Fit Summary****CMIN**

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	9	.136	1	.712	.136
Saturated model	10	.000	0		
Independence model	4	372.530	6	.000	62.088

**RMR, GFI**

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.002	1.000	.998	.100
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.117	.612	.353	.367

**Baseline Comparisons**

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	1.000	.998	1.002	1.014	1.000
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

**Parsimony-Adjusted Measures**

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.167	.167	.167
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

**NCP**

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	.000	.000	3.659
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	366.530	306.951	433.520

**FMIN**

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	.000	.000	.000	.010
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	1.061	1.044	.875	1.235

**RMSEA**


---

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.000	.000	.102	.811
Independence model	.417	.382	.454	.000

## AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	18.136	18.396	52.909	61.909
Saturated model	20.000	20.289	58.636	68.636
Independence model	380.530	380.646	395.984	399.984

## ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	.052	.054	.065	.052
Saturated model	.057	.057	.057	.058
Independence model	1.084	.914	1.275	1.084

## HOELTER

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	9923	17139
Independence model	12	16



ภาคผนวก ง  
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

## รายนามผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

### 1. ผศ.ดร.ศรัณย์ พิมพ์ทอง

ตำแหน่ง เลขานุการหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (โทควบเอก) สาขาวิชาการวิจัย  
พฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

### 2. ผศ.ดร.นพดล กองศิลป์

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ฝ่ายประถม)

### 3. ดร.อดิภัทร ชัยชนะสกุล

ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ ธุรกิจดิจิทัล เฮลท์บริษัท ทูรู ดิจิทัล กรุ๊ป จำกัด



ภาคผนวก จ  
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย



แบบสอบถามพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ความคาดหวัง  
ความสำเร็จในงาน และ การให้คุณค่าในงานของพนักงานบริษัทโทรคมนาคม  
และเทคโนโลยีการสื่อสารแห่งหนึ่ง

**คำชี้แจง**

แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ข้อมูลที่ท่านตอบจะเป็นความลับและใช้  
เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาวิจัยเท่านั้น คำตอบของท่านจะไม่ส่งผลกระทบต่อหน้าที่การงานของท่าน  
แต่ประการใดทั้งสิ้น จึงใคร่ขอความกรุณาท่านโปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงที่ตรงกับความคิดเห็น  
และความรู้สึกของท่านมากที่สุด และโปรดตอบให้ครบทุกข้อ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความคาดหวังความสำเร็จในงาน

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามการให้คุณค่าในงาน

พร้อมกันนี้ ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณสำหรับการให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้ด้วย

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม**

คำชี้แจง : โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้ แล้วเติมข้อความลงในช่องว่าง หรือทำเครื่องหมาย  ตรงหน้าข้อความที่  
ตรงกับความเป็นจริงของท่าน และโปรดทำทุกข้อ

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2. อายุ .....ปี

3. ระยะเวลาที่ทำงานอยู่ในองค์กรปัจจุบัน

1) ต่ำกว่า 1 ปี

2) 1 ปีขึ้นไป- 3 ปี

3) 3 ปีขึ้นไป-6 ปี

4) 6 ปีขึ้นไป-10 ปี

5) มากกว่า 10 ปี

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1) ต่ำกว่าปริญญาตรี

2) ปริญาตรี

3) ปริญาโท

4) ปริญาเอก

**ส่วนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม**

**คำชี้แจง :** โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น				
	ตรงกับตัวห่านน้อยที่สุด		←→	ตรงกับตัวห่านมากที่สุด	
	1	2	3	4	5
1. อันให้ความสำคัญต่อการสร้างแนวคิดใหม่ในการพัฒนางานที่นอกเหนือจากงานประจำ					
2. อันแสวงหาแนวคิดในการทำงานใหม่ๆ ในการปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น					
3. อันพัฒนาแนวคิดในการทำงานใหม่ๆ เพื่อไปพัฒนาผลงานหรือสร้างนวัตกรรมในการทำงาน					
4. อันสามารถนำเสนอความคิดหรือวิธีการในการแก้ปัญหาหรือแนวทางใหม่ๆ ในการทำงานได้					
5. อันสามารถทำให้คนในกลุ่มหรือองค์กรมีความกระตือรือร้นในแนวความคิดใหม่ๆ ได้					
6. อันมีความพยายามในการโน้มน้าวเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้าให้สนับสนุนแนวคิด นวัตกรรม หรือวิธีการแก้ปัญหาใหม่ๆ ได้					
7. อันมีกระบวนการในการวางแผนและดำเนินการแนวความคิดใหม่ๆ เพื่อนำไปใช้ในทางปฏิบัติได้					
8. อันนำแนวคิดใหม่ๆ ไปใช้ในการดำเนินการและปฏิบัติเพื่อให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาการทำงาน					
9. อันพยายามปรับปรุงพัฒนาวิธีการดำเนินการใหม่ๆ เพื่อพัฒนางานหรือสร้างนวัตกรรม					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร

คำชี้แจง : โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วยเลย		เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	1	2	3	4	5
1. ฉันรับรู้ได้ว่าผลงานสร้างสรรค์ของฉันเป็นที่ยอมรับขององค์กรนี้					
2. หากฉันสร้างผลงานนวัตกรรมโดดเด่น ก็จะได้รับคำชมเชยและ/หรือรางวัลจากองค์กรนี้					
3. องค์กรนี้ทำให้ฉันรับรู้ว่าคุณค่าของคนอยู่ที่ผลงาน					
4. องค์กรนี้มีรางวัลในรูปแบบต่างๆ สำหรับผู้ที่มีผลงานสร้างสรรค์โดดเด่น					
5. หัวหน้าหน่วยงานของฉันคอยช่วยเหลืองานของฉันเสมอ					
6. หัวหน้าหน่วยงานของฉันจะคอยสนับสนุนอยู่เบื้องหลังงานของฉัน					
7. ฉันได้รับการช่วยเหลือ เพื่อพัฒนาแนวคิดใหม่ๆ จากองค์กรอยู่เสมอ					
8. ฉันต้องการได้รับอิสระในการสร้างผลงานจากหัวหน้างานให้มากกว่านี้					
9. หัวหน้าหน่วยงานของฉันจะคอยสนับสนุนอยู่เบื้องหลังทีมงานของฉัน					
10. หากฉันทำงานผิดพลาด หัวหน้าหน่วยงานของฉันจะให้โอกาสฉันได้เรียนรู้จากความผิดพลาดนั้น โดยปราศจากการตำหนิหรือลงโทษ					
11. ฉันได้รับการช่วยเหลือ เพื่อพัฒนาแนวคิดใหม่ๆ จากองค์กรอยู่เสมอ					
12. หัวหน้าหน่วยงานของฉันไม่มีเวลาให้คำปรึกษากับฉัน					
13. ฉันได้รับเวลาเพียงพอในการพัฒนาชิ้นงานหรือความคิดใหม่ๆ					
14. ปัญหาของฉัน ก็คือการไม่ได้รับความช่วยเหลือในการพัฒนาชิ้นงานใหม่จากองค์กรแม้ว่าดิฉันจะขอไปแล้ว					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความคาดหวังความสำเร็จในงาน

คำชี้แจง : โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความคาดหวังความสำเร็จในการทำงาน	ระดับความคิดเห็น				
	ตรงกับตัวท่านน้อยที่สุด		←→	ตรงกับตัวท่านมากที่สุด	
	1	2	3	4	5
1. ท่านสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้สำเร็จ					
2. ท่านคิดว่าท่านสามารถทำงานยากๆ ให้สำเร็จได้					
3. ด้วยประสบการณ์ของท่านส่งผลให้งานที่ได้รับมอบหมายบรรลุผลสำเร็จ					
4. ท่านเชื่อมั่นในความสามารถว่าไม่ว่างงานใดๆ ท่านก็สามารถทำสำเร็จได้					
5. ท่านสามารถปฏิบัติงานจนมีผลดีเหนือการปฏิบัติงานดีกว่าผู้อื่น					
6. ท่านคิดว่าปีนี้ท่านจะสามารถปฏิบัติงานได้ดีกว่าปีก่อน					
7. ท่านคาดการณ์ว่าผลการปฏิบัติงานในปีนี้จะดีกว่าเพื่อนร่วมงานที่ทำงานในลักษณะเดียวกัน					
8. ท่านคาดหวังว่าจะทำงานได้สำเร็จตามที่ได้รับมอบหมาย ด้วยความสามารถของตนเอง					
9. ท่านสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้สำเร็จทุกครั้ง					
10. ท่านสามารถทำงานที่ยาก และท้าทายให้ประสบผลสำเร็จได้					
11. หากเปรียบเทียบกับพนักงานคนอื่นในลักษณะงานเดียวกัน ท่านคิดว่ามีความสามารถมากกว่า					

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามการให้คุณค่าในงาน

คำชี้แจง : โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

การให้คุณค่าในการทำงาน	ระดับความคิดเห็น				
	ตรงกับตัวท่านน้อยที่สุด		↔	ตรงกับตัวท่านมากที่สุด	
	1	2	3	4	5
1. การทำงานให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่ท่านได้วางไว้เป็นสิ่งที่ท่านพึงปรารถนา					
2. ท่านให้ความสำคัญกับเป้าหมายในการทำงานที่ท่านได้วางไว้					
3. ท่านรู้สึกมีความสุขในการทำงานที่ท่านได้รับมอบหมาย					
4. ท่านพึงพอใจกับงานที่ท่านได้รับมอบหมาย					
5. งานที่ท่านทำเป็นส่วนหนึ่งในเป้าหมายของชีวิต					
6. ท่านให้ความสำคัญกับงานที่ท่านได้รับมอบหมาย					
7. การทำงานให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่ท่านได้วางไว้เป็นสิ่งที่ท่านพึงปรารถนา					
8. ท่านให้ความสำคัญกับเป้าหมายในการทำงานมีคุณค่าสำหรับท่าน					
9. ท่านต้องการความสำเร็จในการทำงาน					
10. ทุกงานที่ท่านได้รับมอบหมาย					
11. ท่านมีความสุขในการทำงาน					
12. ท่านพึงพอใจกับงาน					
13. ท่านรู้สึกสนุกกับงานที่ท่านทำอยู่					
14. ท่านมีความสนใจในงานที่ท่านทำอยู่					
15. งานที่ท่านทำอยู่มีคุณค่าทางจิตใจกับท่าน					
16. ท่านรู้สึกว่างานที่ท่านทำมีประโยชน์กับตัวท่าน					
17. ท่านคิดว่าท่านได้ประโยชน์จากความสำเร็จในการทำงานของท่าน					
18. ท่านคิดว่างานที่ท่านทำจะนำประโยชน์มาสู่ตัวท่านในอนาคต					

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายกฤษณพล ผิวอ่อน
วัน เดือน ปี เกิด	19 พฤษภาคม 2536
สถานที่เกิด	นครสวรรค์
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2559 วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา วิศวกรรมไฟฟ้า (วศ.บ.) จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พ.ศ. 2565 ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา จิตวิทยาประยุกต์ (ศศ.ม.) จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

