



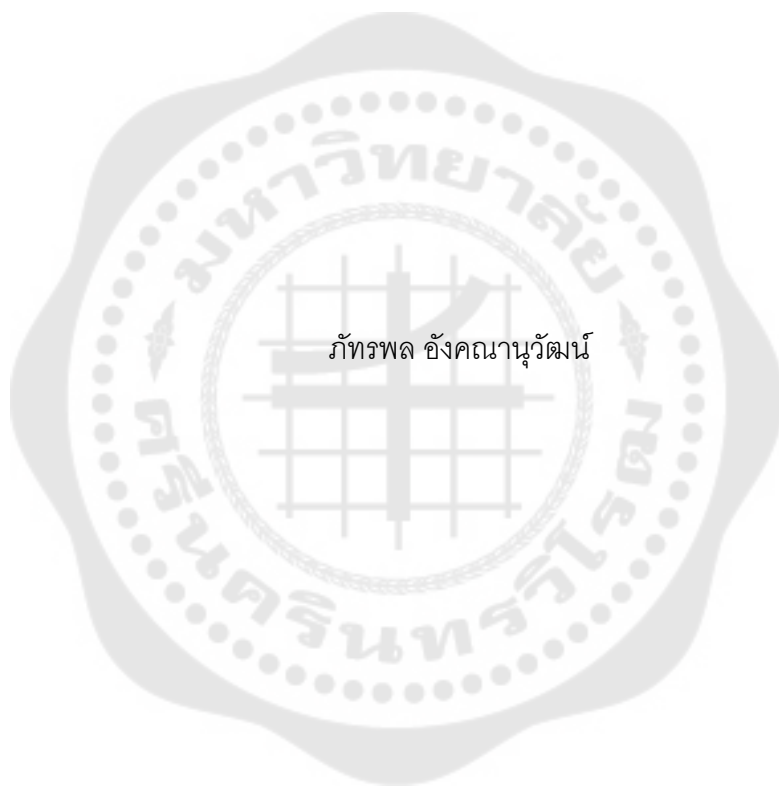
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม
ของพนักงานบริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
FACTORS AFFECTING EMPLOYEE'S INNOVATION BEHAVIOR
IN TISCO FINANCIAL GROUP PUBLIC COMPANY LIMITED

ภัทรพล อังคนานุวัฒน์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2563

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม
ของพนักงานบริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

FACTORS AFFECTING EMPLOYEE'S INNOVATION BEHAVIOR
IN TISCO FINANCIAL GROUP PUBLIC COMPANY LIMITED



A Master's Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
(Business Administration(Management))
Faculty of Business Administration for Society, Srinakharinwirot University
2020
Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม
ของพนักงานบริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ของ

ภัทรพล อังคนานูวัฒน์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

ที่ปรึกษาหลัก

(ดร.กัลยกิตติ์ กীরติอังกูร)

ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิโรจน์ บุรณศิริ)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา)

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม ของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
ผู้วิจัย	ภัทรพล อังคนานุวัฒน์
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2563
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. กัลยทิติ กิริติขันธ์

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เพื่อรองรับการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่างๆที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน และก่อให้เกิดความได้เปรียบในอุตสาหกรรมธนาคารและเพื่อศึกษาอิทธิพลของการสนับสนุนจากผู้บริหารบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรม และแรงจูงใจในการสร้างนวัตกรรมที่ทำให้เกิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ที่ถูกคัดเลือกมาจากพนักงานระดับพนักงานทั่วไป และหัวหน้างานของบริษัทในกลุ่ม ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีจำนวนทั้งสิ้น 372 คน ซึ่งแบ่งตัวอย่างเป็นกลุ่มตามบริษัทในเครือโดยใช้เกณฑ์เทียบสัดส่วนตามจำนวนพนักงานของแต่ละกลุ่มบริษัทในเครือ ซึ่งแบ่งได้เป็น 9 กลุ่ม ตามจำนวน บริษัทในเครือ บริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่พนักงานสังกัดอยู่ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.931

คำสำคัญ : นวัตกรรม, พฤติกรรม, การสนับสนุน, บรรยากาศ, แรงจูงใจ, พนักงาน

Title	FACTORS AFFECTING EMPLOYEE'S INNOVATION BEHAVIOR IN TISCO FINANCIAL GROUP PUBLIC COMPANY LIMITED
Author	BHATARAPOL AUNGKANANUWAT
Degree	MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Academic Year	2020
Thesis Advisor	Dr. Kanyakit Keeratiangkoon

This study focuses on the factors affecting innovative employee behavior in TISCO Financial Group Public Company Limited to support the fast-changing world of financial products and business competition, which can create an advantage in the banking industry. The factors were comprised of the influence of executive support to promote innovative behavior. Secondly, the atmosphere promotes innovative behavior. Finally the motivation to generate innovative behavior among employees of TISCO Financial Group. The sample size of the study included employees such as the general staff and supervisors of TISCO Financial Group, comprised of TISCO Financial, TISCO Bank, TISCO Securities, TISCO Asset, TISCO IT, TISCO Insure, TISCO Learning Center, Highway and Allway. The total sample size consisted of 372 people. The methodology used in the study was a questionnaire with a reliability of 0.931.

Keyword : Innovation, behaviour, Employees, Tisco Financial Group

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ด้วยความกรุณาจาก ดร.กัลยกิตติ กิริติอังกูร อาจารย์ที่ปรึกษาการทำสารนิพนธ์ ผู้ซึ่งกรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษาเป็นอย่างดี รวมถึงการตรวจสอบข้อบกพร่อง แก้ไขจนการค้นคว้าจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณกลุ่มพนักงาน และหัวหน้าฝ่ายต่างๆ ของกลุ่มบริษัท ทีเอสไอไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าและให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ได้ช่วยส่งเสริม ผลักดัน ให้คำแนะนำและสนับสนุนการเรียนเป็นอย่างดี ที่ได้คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจตลอดมา จนการทำวิจัยสารนิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์

ภัทรพล อังคนานุวัฒน์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของงานวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
กรอบแนวคิดในงานวิจัย.....	5
สมมติฐานในการวิจัย.....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	7
แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการสนับสนุนจากผู้บริหาร	8
แนวคิดบรรยากาศในการทำงานในองค์กร	10
แนวคิดแรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม	13
แนวคิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน.....	17
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	22
การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	22
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	24
การเก็บรวบรวมข้อมูล	26
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	27
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	27
ตารางวิเคราะห์มาตรฐานตัวแปร.....	29
บทที่ 4 ผลการดำเนินการวิจัย	31
ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
ข้อมูลเกี่ยวกับการสนับสนุนของผู้บริหารต่อการสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน ...	34
ข้อมูลเกี่ยวกับบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กรต่อการสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม ของพนักงาน	36
ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจต่อการสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน.....	39
ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน.....	42
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	45
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	61
สรุปผลการวิจัย.....	61
อภิปรายผลการวิจัย	65
ข้อเสนอแนะ	68
สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	68
บรรณานุกรม	69
ภาคผนวก.....	71
ประวัติผู้เขียน.....	81



สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 รายการสรุปผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	19
ตาราง 2 การสุ่มเลือกประชากร	23
ตาราง 3 มาตรฐานวัดข้อมูลตัวแปร	29
ตาราง 4 จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์	32
ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย และ ระดับความสำคัญของการสนับสนุนจากผู้บริหาร	34
ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย และ ระดับความคิดเห็นของบรรยากาศในการสร้างนวัตกรรม	37
ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย และ ระดับความคิดเห็นของแรงจูงใจในการสร้างนวัตกรรม	40
ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย และ ระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม.....	42
ตาราง 9 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของเพศ ที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม	45
ตาราง 10 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของประสบการณ์การทำงาน ที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม	46
ตาราง 11 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของประสบการณ์การทำงาน ที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม จำแนกตามประสบการณ์การทำงานโดยวิธี LSD	46
ตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของตำแหน่งที่รับผิดชอบ ที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม	47
ตาราง 13 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณโดยรวมของปัจจัยการสนับสนุนของผู้บริหารที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม	48
ตาราง 14 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระของปัจจัยการสนับสนุนของผู้บริหารที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม	49

ตาราง 15 ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรอิสระของปัจจัยการสนับสนุนของผู้บริหารที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม	49
ตาราง 16 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณโดยรวมของปัจจัยบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม	51
ตาราง 17 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระของปัจจัยบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม	52
ตาราง 18 ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรอิสระของปัจจัยบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม	52
ตาราง 19 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณโดยรวมของปัจจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม	54
ตาราง 20 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระของปัจจัยแรงจูงใจด้านการสร้างนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม	55
ตาราง 21 ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรอิสระของปัจจัยแรงจูงใจด้านการสร้างนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม	55
ตาราง 22 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณโดยรวมของปัจจัยทั้งสามด้าน ได้แก่ ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ด้านบรรยากาศ และด้านแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม	57
ตาราง 23 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระของปัจจัยทั้งสามด้าน ได้แก่ ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ด้านบรรยากาศ และด้านแรงจูงใจ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม	58
ตาราง 24 ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรอิสระของปัจจัยทั้งสามด้าน ได้แก่ ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ด้านบรรยากาศ และด้านแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม	58
ตาราง 25 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย	60

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย	5
--------------------------------------	---



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

Digital Disruption เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในทุกวงการในยุคปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ, การศึกษา, การเงินการธนาคาร และอื่น ๆ อีกมากมาย ตัวอย่างธุรกิจที่ถูก Disruption ที่เรารู้จักกันดีในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็น Amazon, Netflix, Hulu Plus, Spotify ทำให้วงการสื่อและวงการบันเทิง หรือแม้แต่การค้าขายต้อง “หยุดชะงัก” โดยเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่เหล่านี้ เข้ามาเปลี่ยนวิธีการเข้าถึงของผู้บริโภค และสร้างรายได้จากการลงโฆษณาของผู้ที่จะโฆษณาในแพลตฟอร์มนั้น ๆ ทำให้ธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงซึ่งการที่ปรับตัวให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพมากขึ้นนั้นต้องอาศัยการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีในการสื่อสาร เทคโนโลยี Cloud, Big Data, Robotics, Machine Learning, AI และอื่น ๆ เข้ามาช่วยในการทำธุรกิจ แต่อาศัยเพียงแค่เทคโนโลยีนั้นไม่เพียงพอ ทัศนคติของผู้ผู้นำในองค์กรก็เป็นสิ่งสำคัญ Disruption สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนไปในปัจจุบัน จึงเป็นทางเลือกใหม่ในการสร้างสิ่งที่แตกต่างจากผู้นำตลาด หรือบรรดาคู่แข่งในตลาดที่มีอยู่ ซึ่งแน่นอนว่า “ถ้าองค์กรใดทำสำเร็จ” จะส่งผลกระทบทำให้เป็นผู้นำตลาด

ธุรกิจธนาคาร เป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความตื่นตัวด้าน Technology Disruption อย่างมาก เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีการไหลเข้าออกของข้อมูลขนาดใหญ่ตลอดเวลา และมีการแข่งขันในตลาดสูง การนำ Artificial Intelligence (AI) และ Machine Learning (ML) เข้ามาใช้งาน นอกจากจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เกิดการทำงานแบบอัตโนมัติมากขึ้น ยังช่วยให้การตัดสินใจมีระบบแบบแผนที่ดีขึ้น เพราะ Machine Learning ก็เปรียบเหมือนการสร้าง Model หรือ สมการ ที่เรียนรู้จากข้อมูลเก่า และเมื่อมีข้อมูลใหม่เข้ามา เราก็สามารถหาคำตอบได้จากการคำนวณของสมการ ทำให้ในการตัดสินใจต่าง ๆ ใช้ Judgement หรือ วิจารณญาณของคนน้อยลง ดังนั้น การใช้งานทั้ง AI และ ML จึงมิได้ครอบงำแค่เพียงในวงการเทคโนโลยี แต่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้กับทุก ๆ ธุรกิจ ที่มีการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลนั่นเอง ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงองค์กรให้เป็นองค์กรเชิงนวัตกรรม เกิดเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ แบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ และประยุกต์ใช้นวัตกรรมให้ก้าวทันโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาย่อมเป็นจุดเปลี่ยนที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันทำให้สามารถยึด Market Share อันดับต้นๆ ของอุตสาหกรรมธนาคารได้

บริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นหนึ่งในบริษัทที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจธนาคาร โดยให้บริการทางการเงินอย่างครบวงจรทั้ง ธุรกิจหลักทรัพย์ ธุรกิจจัดการกองทุน ธุรกิจ

สินเชื่อรายย่อย ธุรกิจนายหน้าประกันภัยและประกันชีวิต จากการแข่งขันที่สูงขึ้นในกลุ่มธุรกิจธนาคารทำให้ผู้บริหารในองค์กรได้ให้ความสำคัญในการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรให้เกิดเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม โดยมีการจัดตั้ง Campaign ที่เรียกว่า “OASIS” ซึ่งมีความหมายดังนี้ O หมายถึง Open คือ การเปิดใจรับสิ่งใหม่ๆจากการอ่าน ดู ฟัง และลงมือทำสิ่งใหม่ และ A หมายถึง Adaptive คือ การนำเอาองค์ความรู้และทักษะที่ได้รับมาพัฒนาตัวเองประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ภายในองค์กร และสุดท้าย S หมายถึง Sharing คือการนำประสบการณ์การเรียนรู้ที่ได้รับมาแบ่งปันเพื่อให้ผู้อื่นได้นำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ ทั้งนี้เพื่อให้บริษัทสามารถแข่งขันได้ในโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายของ บริษัทคือมุ่งหวังที่จะเป็นที่ปรึกษาทางการเงินที่ดีของลูกค้าในระยะยาว ควบคู่ไปกับการให้ความรู้ทางการเงินแก่ชุมชนและสังคม เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

จากข้อมูลข้างต้นนั้น องค์กรจึงควรมีการปรับตัวให้เป็นองค์กรที่มีแนวคิดนวัตกรรมในองค์กรซึ่งการสร้างองค์กรให้เกิดนวัตกรรมนั้น จะต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของพนักงานในการปฏิบัติงานซึ่งมาจากปัจจัยต่าง ๆ ภายในองค์กร ประกอบด้วย ลักษณะทางประชากรศาสตร์ การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม และ บรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กร ดังนั้นจึงเป็นที่มาในการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เพื่อให้ทราบปัจจัยด้านองค์กรใดจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงานหรือไม่ และเพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมภายในองค์กรต่อไป

ความมุ่งหมายของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม และบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการศึกษาจากการทราบบัณฑิตด้านองค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมเพื่อให้ผู้บริหารวางแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมภายในองค์กรต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย เป็นพนักงานที่ปฏิบัติงานในบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีจำนวน 5,419 คน (ฝ่ายทรัพยากรบุคคล บริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)) (ข้อมูล: มกราคม 2563)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นพนักงานที่ปฏิบัติงานในบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 372 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

1.1.1 เพศ

1.1.2 ประสบการณ์การทำงาน

1.1.3 ตำแหน่งที่รับผิดชอบ

1.2 การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม

1.2.1 การสนับสนุนด้านงบประมาณ

1.2.2 การสนับสนุนด้านความรู้

1.3 บรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กร

1.3.1 องค์กรมีการสร้างระบบในการเผยแพร่ความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบ

ต่างๆ

1.3.2 องค์กรมีการนำความคิดไปพัฒนาเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

1.3.3 องค์กรมีกิจกรรมกระตุ้นและส่งเสริมให้พนักงานเสนอความคิด

สร้างสรรค์

1.4 แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม

1.4.1 การสร้างแรงจูงใจด้วยการกำหนดตัวชี้วัดผลงาน (KPI)

1.4.2 การสร้างแรงจูงใจด้านการเงิน

1.4.3 การสร้างแรงจูงใจที่มีใช้เงิน

2. ตัวแปรตาม แบ่งเป็นดังนี้

2.1 พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน

2.1.1 การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ que เพิ่มความสะดวกสบาย และง่ายในการใช้งาน

2.1.2 การปรับปรุงกระบวนการทำงานใหม่ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.1.3 การให้คำแนะนำต่อกันในการใช้สิ่งใหม่ เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

2.1.4 การศึกษาเรียนรู้หาสิ่งใหม่ที่จะเพิ่มความสามารถในการทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. พนักงาน คือ พนักงานระดับทำงานของบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

2. การสนับสนุนของผู้บริหาร คือ การส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านพฤติกรรมของพนักงานในองค์กร เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นโดยกระตุ้นให้เกิดการปรับตัวของพนักงานภายในองค์กร เปิดรับสิ่งใหม่ๆ และโอกาสใหม่ๆ ในองค์กร ประกอบด้วย (1) งบประมาณ (2) ความรู้

3. บรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร คือ ลักษณะหรือองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ภายในองค์กรที่พนักงานรับรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อมซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการทำงานของพนักงานในองค์กร ประกอบด้วย องค์การมีการสร้างระบบในการเผยแพร่ความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ, องค์การมีการนำความคิดไปพัฒนาเป็นต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ใหม่, องค์การมีกิจกรรมกระตุ้นและส่งเสริมให้พนักงานเสนอความคิดสร้างสรรค์

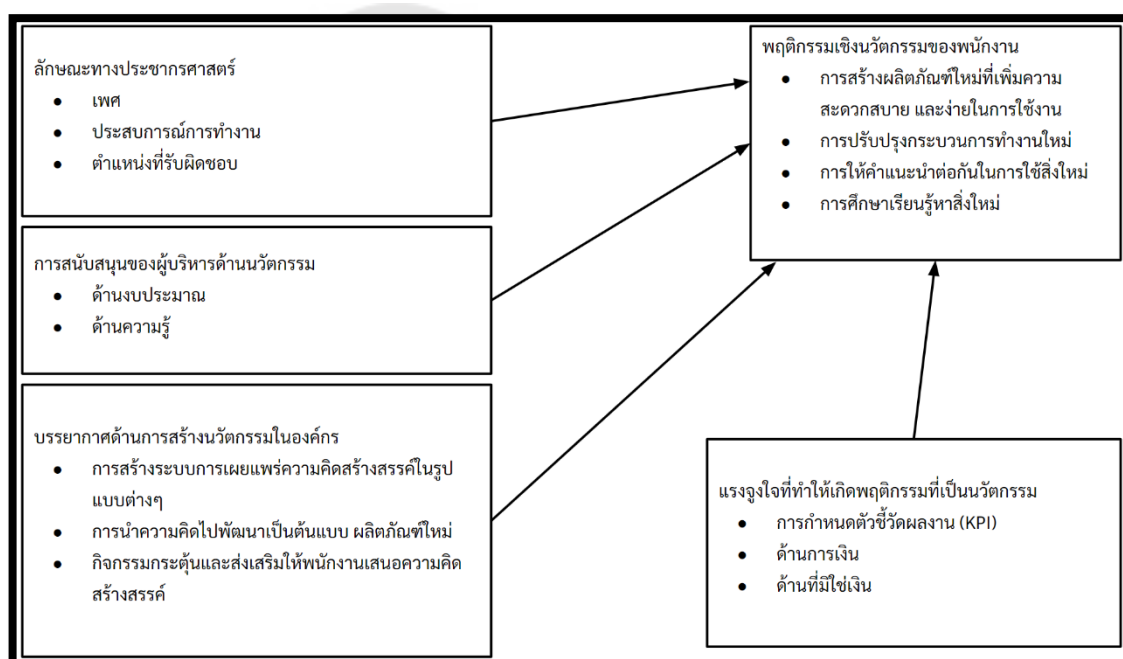
4. พฤติกรรมเชิงนวัตกรรม คือ พฤติกรรมที่แสดงออกด้านลักษณะของบุคคลที่มีผลต่อนวัตกรรมในการทำงานภายในองค์กรของพนักงาน เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ได้แก่ การเปิดรับในสิ่งใหม่ ยอมเรียนรู้เพื่อให้เกิดแนวคิดใหม่ๆ ในการทำงาน, การทดลองประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่จะมาช่วยปรับปรุงกระบวนการ ลดขั้นตอนในการทำงาน, การแบ่งปันความรู้หรือแนวคิดที่เกิดจากการความคิดสร้างสรรค์

5. นวัตกรรมองค์กร หมายถึง องค์การที่มีการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงทางด้านกระบวนการทางความคิดเพื่อ ก่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่แตกต่างและเป็นประโยชน์ขึ้นมา

6. ลักษณะทางประชากรศาสตร์หมายถึง ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ปฏิบัติงานอยู่ที่ บริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) อันได้แก่ เพศ, ประสบการณ์การทำงาน, ตำแหน่งที่รับผิดชอบ

7. แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม คือ แรงจูงใจที่ทำให้พนักงานมีพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมเพื่อใช้ในการทำงาน ประกอบด้วย การสร้างแรงจูงใจด้วยการกำหนดตัวชี้วัดผลงาน (KPI), การสร้างแรงจูงใจด้านการเงิน, การสร้างแรงจูงใจที่ไม่มีใช้เงิน

กรอบแนวคิดในงานวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ประสบการณ์การทำงาน ตำแหน่งที่รับผิดชอบ ที่ต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
2. การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
3. บรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กร มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
4. แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากรศาสตร์, การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม บรรยายภาคด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กร และ แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม กับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทีส โกไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม เชิงนวัตกรรม มีรายละเอียด ดังนี้

1. แนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการสนับสนุนจากผู้บริหาร
3. แนวคิดบรรยาภาคในการทำงานในองค์กร
4. แนวคิดแรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม
5. แนวคิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristic) หมายถึง ลักษณะทาง ประชากร ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา และสถานทางเศรษฐกิจและสังคมโดยผู้ที่มีลักษณะทาง ประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรม ความสนใจ ในการรับข่าวสารแตกต่างกันไปด้วย งานวิจัย ของ (นาฎวดี, 2524) ศึกษาการรับรู้ความสามารถของตนเองรูปแบบความคิดสร้างสรรค์และปัจจัย ส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม:กรณีศึกษาบริษัทผู้ให้บริการคาปรักษาและ พัฒนาระบบคอมพิวเตอร์แห่งหนึ่งพบว่าลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อการแสดงออกของพฤติกรรม การสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญและงานวิจัยของ (รัชวิชญ์, 2557) ได้ศึกษาผลกระทบ ของการรับรู้การสนับสนุนการจัดการบุคลากรที่มีความสามารถพิเศษส่งผลต่อผลการปฏิบัติงาน เชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัทผู้ผลิตพลาสติกเพื่อการบรรจุภัณฑ์พบว่าด้านความคิดเชิง สร้างสรรค์และด้านผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมบุคลากรที่มีความสามารถพิเศษมีค่าระดับภาพ รวมอยู่ในระดับมากอีกทั้งยังพบว่าการรับรู้การสนับสนุนการจัดการบุคลากรที่มีความสามารถ พิเศษส่งผลทางบวกต่อความคิดเชิงสร้างสรรค์และการรับรู้การสนับสนุนการจัดการบุคลากรที่มี ความสามารถพิเศษส่งผลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ โดยในการ

วิจัยนี้จะใช้ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์คือ เพศ ประสบการณ์การทำงาน และ ตำแหน่งที่รับผิดชอบ

แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการสนับสนุนจากผู้บริหาร

แนวคิดของการสนับสนุนจากผู้บริหาร หมายถึง การที่ผู้บริหารเข้าใจถึงของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของพนักงานในองค์กรด้านการงานได้ทั้งนี้เพราะเรื่องการส่งเสริมและการสนับสนุนจากผู้บริหารเป็นเรื่องที่พยายามเข้าใจเกี่ยวกับการรับรู้ของพนักงานในองค์กรที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของพนักงานการส่งเสริมและการสนับสนุนจากผู้บริหารเป็นหลักการหรือแนวทางปฏิบัติที่จะช่วยให้พนักงานมีความพร้อมและมีศักยภาพพร้อมรับสภาพแวดล้อมที่จะเปลี่ยนแปลงโดยสามารถปรับตัวให้ตอบสนองต่อการสร้างโอกาสใหม่ๆในองค์กร และปรับปรุงสรรค์ให้เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน (1) การริเริ่ม (2) การมีส่วนร่วม (3)การส่งเสริม (4) การเป็นต้นแบบ (5)การเปิดโอกาส (6)การติดตามผลและ(7)การให้ข้อมูลย้อนกลับ (ณัฐพันธุ์, 2551) จากงานวิจัยของ (ศิริพร, 2556) ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้นำและสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งผลต่อความสร้างสรรค์ในงานของบุคลากร:กรณีศึกษาของคณาจารย์ไทยที่มีนวัตกรรมยอดเยี่ยมปี 2552 พบว่า พฤติกรรมของผู้นำและสภาพแวดล้อมการทำงานมีอิทธิพลโดยตรงต่อความสร้างสรรค์ในงานของบุคลากร

การเปลี่ยนแปลงองค์กรจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้โดยหากผู้บริหารไม่เป็นผู้ริเริ่มโดยเฉพาะการสนับสนุนของผู้บริหารเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงขององค์กร ซึ่งจะต้องทำให้พนักงานในองค์กรยอมรับ และมีความรู้สึกร่วมกับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งถือเป็นภารกิจที่ทำหายสำคัญของผู้บริหารในปัจจุบัน ประกอบด้วย การสนับสนุนด้านความรู้ ผลตอบแทนและงบประมาณ (พิชัย, 2538)

ผู้บริหารเป็นผู้มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการเปลี่ยนแปลงขององค์กร (ภาวิธน์, 2547) ที่ได้กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงองค์กรจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้โดยหากผู้บริหารไม่เป็นผู้ริเริ่มโดยเฉพาะการสนับสนุนของผู้บริหารเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงขององค์กร ซึ่งจะต้องทำให้พนักงานในองค์กรยอมรับ และมีความรู้สึกร่วมกับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งถือเป็นภารกิจที่ทำหายสำคัญของผู้บริหารในปัจจุบัน ประกอบด้วย การสนับสนุนด้านความรู้ ผลตอบแทนและงบประมาณ

การสนับสนุนในด้านความรู้ (Senge, 2543) ผู้บริหารในฐานะผู้มีบทบาทสำคัญในระดับองค์กรจึงต้องแสดงบทบาทที่ชัดเจนในการ ส่งเสริมและสนับสนุนการขับเคลื่อนพัฒนาองค์กรไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยมีแนวทางปฏิบัติที่สำคัญซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ด้านที่สอดคล้องตามกรอบแนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ของ(ปีเตอร์ เซ็นเก้) ดังนี้

(1) บทบาทต่อการสนับสนุนด้านความรู้แห่งตน

1.1 การส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีความมุ่งมั่นในการแสวงหาความรู้ใหม่ๆ ที่ทันต่อ สภาพการเปลี่ยนแปลงเพื่อนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานอยู่อย่างสม่ำเสมอ

1.2 การส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานเป็นผู้มีวิสัยทัศน์และสามารถสร้างศักยภาพในการ ปฏิบัติงานให้เกิดความสำเร็จได้

1.3 การส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีการวางแผน กำหนดขั้นตอนและวิธีการในการทำงานอย่างเป็นระบบที่ชัดเจน

(2) บทบาทต่อการสนับสนุนด้านแบบแผนความคิดอ่าน

2.1 การส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีกระบวนการคิด วิเคราะห์และวินิจฉัยข้อมูลต่างๆ บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง

2.2 การส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีการพิจารณาไตร่ตรองข้อมูลต่างๆ อย่างรอบคอบ ทุกด้านก่อนการตัดสินใจดำเนินการเรื่องใดเรื่องหนึ่งทุกครั้ง

2.3 การส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีการนำปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในขณะปฏิบัติงานมา วิเคราะห์

(3) บทบาทต่อการสนับสนุนด้านวิสัยทัศน์ร่วมกัน

3.1 การส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์ของหน่วยงาน

3.2 การส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานรับรู้ถึงเป้าหมายของหน่วยงานที่ต้องการในอนาคต

3.3 การส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีการวางแผนงานของตนเองเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของหน่วยงาน

(4) บทบาทต่อการสนับสนุนด้านการเรียนรู้ของทีม

4.1 การสนับสนุนให้หน่วยงานมีการจัดระบบการบริหารจัดการที่เปิดโอกาสให้พนักงานได้ ตัดสินใจแก้ปัญหาการปฏิบัติงานร่วมกัน

4.2 การส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีการวางแผนการปฏิบัติงานร่วมกัน

4.3 การส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น และยอมรับ เหตุผลของกันและกัน

(5) บทบาทต่อการสนับสนุนด้านการคิดอย่างเป็นระบบ

5.1 การสนับสนุนให้หน่วยงานกำหนดเป้าหมายและทิศทางการทำงานที่ชัดเจน สอดคล้อง กับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

5.2 การสนับสนุนให้หน่วยงานมีการจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างเป็นระบบที่ชัดเจน

5.3 การส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรมีความสามารถในการคิดและปฏิบัติงานที่ สลับซับซ้อนได้อย่างเป็นระบบ

แนวคิดในเรื่องบทบาทต่อการสนับสนุนด้านความรู้ทั้ง 5 ด้านตามที่ได้นำเสนอมานี้ ผู้บริหาร สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางประกอบการพิจารณาตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์การบริหาร จัดการให้เหมาะสมและสอดคล้องกับทิศทางการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เพื่อการสร้าง ความรู้ใหม่ให้กับพนักงานในองค์กร

ซึ่งจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวที่เกี่ยวข้องนั้นปัจจัยที่ส่งผลให้องค์กร สามารถคิดริเริ่มสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมได้เริ่มจากการที่มีผู้บริหารที่ให้การสนับสนุนที่ดี มีอำนาจ ในการสั่งการโดยในการวิจัยนี้จะแบ่งการสนับสนุนออกเป็น ด้านงบประมาณ และด้านความรู้

แนวคิดบรรยากาศในการทำงานในองค์กร

บรรยากาศในการทำงาน หมายถึง การรับรู้ของบุคลากรภายในองค์กรต่อสภาวะแวดล้อมในการทำงาน ถ้าบรรยากาศหรือ Climate ในการทำงานมีความเหมาะสมจะส่งผลต่อการ จูงใจบุคลากรภายในองค์กร หมายความว่าถ้าผู้บริหารสามารถที่จะบริหารและดูแลบรรยากาศใน การทำงานให้เหมาะสมย่อมจะส่งผลต่อการจูงใจบุคลากรภายในองค์กร เปรียบเสมือนวันที่อากาศ ดี ท้องฟ้าแจ่มใส ทุกคนย่อมอยากที่จะทำงานให้ได้ผลดีที่สุด แต่ถ้าในองค์กรที่บรรยากาศไม่ดีแล้ว ย่อมทำให้บุคลากรในองค์กรไม่รู้สึกร่าเริงที่จะทำงาน ซึ่งก็เปรียบเสมือนองค์กรที่อากาศไม่ดี ท้องฟ้ามืดครึ้มอยู่ตลอดเวลา บุคลากรภายในองค์กรก็อยากที่จะพักผ่อนหลบฝน ไม่มีใครอยาก ทำงาน (พสุ, 2546)

บรรยากาศในองค์กรที่สร้างนวัตกรรม (ธีรยุทธ, 2548) แบ่งออกเป็น 2 ได้แก่

1.บรรยากาศการคิดค้นภายในองค์กร คือ องค์กรมักมีการจัดตั้งหน่วยงานวิจัยและ พัฒนาขึ้นภายในองค์กรและจัดหาผู้ที่มีความสามารถในการคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ หรือการพัฒนาสินค้า และบริการใหม่ซึ่งการเกิดนวัตกรรมที่มีคุณค่าอย่างต่อเนื่องนั้นโดยทั่วไปมักมาจากการกระตุ้น นวัตกรรมโดยการให้วัฒนธรรมขององค์กรเป็นกลไกผลักดันให้บุคลากรทั้งหมดขององค์กรตื่นตัวสร้าง ความแปลกใหม่และความคิดสร้างสรรค์ต่างๆ ให้กับองค์กร

2. บรรยายการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และรับนวัตกรรมจากภายนอกคือการเปิดรับแนวคิดใหม่จากภายนอกซึ่งจะทำให้แนวคิดใหม่ๆ เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและหลากหลายมากกว่ารวมถึงอาจจะมีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าการพัฒนาเองทั้งหมด โดยอาจใช้การจ้างหน่วยงานภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญมากกว่าหรืออาจจะร่วมมือในเชิงพันธมิตรกับหน่วยงานที่มีความพร้อมและบุคลากรในการสร้างสรรค์ความคิดใหม่ๆ เพื่อร่วมกันคิดค้น นวัตกรรมจากความถนัดของทั้งคู่ เป็นต้น ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะให้คำนิยาม “บรรยากาศในการทำงาน” หมายถึง ลักษณะหรือองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมต่างๆ ภายในองค์กรที่พนักงานรับรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อมซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการทำงานของพนักงานในองค์กร

Dessler (1976 อ้างถึงใน (ธีรวิทย์ และ ประพันธ์, 2559)) ได้ให้ความหมายไว้ว่าบรรยากาศองค์การเป็นความเข้าใจหรือการรับรู้ที่บุคคลหนึ่งมีต่อองค์การที่กำลังทำงานอยู่และความรู้สึกของเขามีต่อองค์การจะอยู่ในรูปใดก็ตาม เช่น ความเป็นตัวของตัวเองการเปิดโอกาสโครงสร้างการให้ผลตอบแทน ความเอาใจใส่ความอบอุ่น และการให้ความสนับสนุน

ทฤษฎีแลกเปลี่ยนทางสังคม (social exchange theory) (Graham, 2557) มีเนื้อหา 6 ประเด็นหลัก ๆ ด้วยกัน (1) การสื่อสาร (communication) คือ การที่ผู้ประกอบการสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีประโยชน์ระหว่างกันและกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกัน (2) ความไว้วางใจ (trust) คือ การที่ผู้ประกอบการมีความไว้วางใจในการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความไว้วางใจในการรับความเสี่ยงร่วมกัน (3) ค่านิยมร่วมกัน (share values) คือ การร่วมกันกำหนดค่านิยมจะทำให้ผู้ประกอบการมีวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ร่วมกันจะนำไปสู่ความเข้มแข็งของเครือข่ายผู้ประกอบการ (4) ข้อตกลง (agreement) คือ ภายในเครือข่ายผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีข้อตกลงที่ชัดเจนเพื่อควบคุมและรักษาสภาพประโยชน์ของสมาชิกเครือข่าย (5) ปฏิสัมพันธ์ (interaction) คือ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ประกอบการภายในกลุ่ม และต้องปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสียอื่นในสังคม (6) การตัดสินใจ (decision) คือ การตัดสินใจที่ดีและถูกต้องส่งผลให้เกิดการช่วยเหลือกันและแลกเปลี่ยนความรู้ของผู้ประกอบการภายในกลุ่ม ซึ่งจากการศึกษาทฤษฎีดังกล่าวนี้ปัจจัยที่ส่งผลให้องค์กรสามารถสร้างบรรยากาศที่มีความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมได้เริ่มจากการที่มีองค์กรนั้นๆ มีการแบ่งปันไอเดียในรูปแบบต่างๆ เพื่อคิดค้นพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

แนวคิดจากการวิจัยในเรื่องของการที่พนักงานจะมีพฤติกรรมเชิงการสร้างนวัตกรรมมากน้อยแค่ไหน ขึ้นกับบรรยากาศที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรม มี 8 มิติ (Roderic, 2550) ได้แก่

1. มิติอิสระภาพด้านความคิด (Free expression of ideas) เป็นบรรยากาศการทำงานที่ทำให้เกียรติพนักงาน เชื่อใจ และยอมรับความคิดเห็นซึ่งกันและกัน แม้ว่าบางครั้งความคิดเห็นนั้นอาจจะไม่ตรงใจผู้บริหารบ้าง แต่ผู้บริหารก็แสดงให้เห็นพนักงานเชื่อว่า สนใจรับฟังความคิดของพนักงานอย่างจริงจัง

2. มิติอิสระภาพด้านการแสดงความคิดเห็น (Free expression of Concerns) โดยการแสดงความคิดเห็นของพนักงาน เช่น หากพนักงานพบเห็นความผิดปกติการทุจริตของการปฏิบัติงาน พนักงานมีสิทธิอิสระในการแจ้ง ทักท้วง หรือวิจารณ์เหตุการณ์นั้นๆ โดยไม่ต้องกังวลต่ออิทธิพลในองค์กร สามารถชี้แจงข้อเท็จจริงได้อย่างเสรี

3. มิติอิสระภาพด้านการซักถาม (Freedom to Question) เป็นมิติที่ต่อเนื่องจากการแสดงความคิดเห็น โดยพนักงานพึงมีอิสระในการตั้งถามถึงผู้บริหารได้ทุกระดับ เมื่อพนักงานเกิดข้อสงสัยในการดำเนินงานของบริษัท เนื่องจากธุรกิจต้องมีการแข่งขันและเกิดความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การที่มีพนักงานทุกคนช่วยกันตั้งคำถามจึงอาจช่วยให้ผู้บริหารถูกคิดถึงการดำเนินงานในบางแง่มุมที่คาดไม่ถึงได้

4. มิติการมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย (Participation in Defining Goals) เปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในการกำหนดเป้าหมายในการทำงานร่วมกัน โดยเป็นการตั้งเป้าหมายร่วมกันทั้งระดับพนักงานและผู้บริหารให้เห็นภาพเดียวกันของบริษัท เพื่อให้พนักงานได้รู้สึกถึงความมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของงานนั้นๆ แทนที่จะเป็นผู้รับคำสั่งฝ่ายเดียวในการปฏิบัติงานเท่านั้น

5. มิติความพึงพอใจในงาน (Intrinsic Satisfaction from the work itself) มิตินี้เป็นเรื่องของความพอใจในลักษณะของงานที่พนักงานได้รับมอบหมาย เป็นการจ้างงานให้เหมาะสมกับความถนัดของคนนั้นๆ เมื่อพนักงานสามารถปฏิบัติได้อย่างชำนาญ ย่อมเกิดความสุข ความสนุกกับงาน อันจะก่อให้เกิดผลดีในการทำงานมากยิ่งขึ้นกว่าการยึดเยียดงานที่ไม่ถนัดให้พนักงาน

6. มิติอิสระภาพในการสร้างนวัตกรรม (Innovation Freedom to try new concepts and approaches) พนักงานควรได้รับโอกาสในการทดลองสร้างสรรค์ผลงานจากกรอบความคิดใหม่ๆ หรือวิธีการในการปฏิบัติงานรูปแบบใหม่ ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีขึ้น ลดข้อผิดพลาดในการทำงาน เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น รวมถึงมีความสุขในการทำงานมากขึ้นได้

7. มิติสภาพแวดล้อมที่คุกคาม (Environmental Threat) คือ เหตุการณ์วุ่นวายทางการเมือง ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ภัยธรรมชาติ หรือ โรคระบาด เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อขวัญและกำลังใจของพนักงานได้ ซึ่งบริษัทควรมีการสร้างกำลังใจให้กับพนักงานไม่ให้วิตกกังวลมากเกินไป

8. มิติการคุกคามที่มีวัตถุประสงค์จำเพาะ (Purposive Threats) จะเป็นบรรยากาศที่อาจเป็นภัยคุกคามต่อตัวบุคคลหรือเฉพาะกลุ่มเท่านั้น เช่น การตั้งกติกาให้รางวัล Bonus พิเศษแก่พนักงานที่ทำยอดขายได้สูงสุดในบริษัท ซึ่งหากมองในแง่บวก คือการจูงใจพนักงานให้ทำยอดขายได้ตามเป้าหมาย จึงจะได้รับรางวัล ในขณะที่ในแง่ลบคืออาจเป็นการกดดันและก่อให้เกิดบรรยากาศการแข่งขันที่สูงได้ ซึ่งก็อาจคุกคามตัวพนักงาน หรือกลุ่มพนักงานบางส่วนได้ จะกลายเป็นการทำให้พนักงานรู้สึกถูกบีบให้ทำงานมากกว่าสร้างแรงจูงใจในการทำงานเป็นต้น

ซึ่งจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวที่เกี่ยวข้องนั้นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กร ได้แก่ ด้านช่องทางการเผยแพร่ความคิดใหม่ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และ ด้านกิจกรรมการเสนอความคิดสร้างสรรค์

แนวคิดแรงจูงใจทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม

แรงจูงใจ หมายถึง การมีสิ่งหนึ่งสิ่งใดมากระตุ้นทำให้เกิดความพยายาม ในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย (อริยา, 2546) ทั้งนี้ในการที่ บุคคลจะสามารถคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆได้ก็ต้องมีแรงจูงใจอย่างใดอย่างหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็น ความสนใจ ความท้าทาย ความพึงพอใจในงานนั้นๆ หรือผลตอบแทน เป็นต้นซึ่ง (อินเตริยะ, 2560) กล่าวว่าไว้ว่าองค์กรที่มุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรม ต้องมีรูปแบบการให้รางวัลที่หลากหลายเพื่อจะได้ตอบสนองกับความต้องการที่แตกต่างกันพนักงาน ซึ่งสิ่งจูงใจขององค์กรแบ่งได้เป็น 4 ลักษณะ ได้แก่

1. รางวัลที่เป็นตัวเงิน (Monetary Rewards) การให้รางวัลที่เป็นตัวเงิน เช่น การขึ้นเงินเดือนและเงินโบนัส ซึ่ง การขึ้นเงินเดือนและเงินโบนัสสามารถนำไปเชื่อมโยงกับผลการปฏิบัติงานด้านนวัตกรรมได้หลายองค์กรมีการนำรางวัลที่เป็นตัวเงินเชื่อมโยงกับผลการปฏิบัติงานด้านนวัตกรรมของคนที่อยู่ในทีมงานที่ประสบความสำเร็จในการสร้างนวัตกรรมแต่ก็เป็นเรื่องที่ยากมากที่จะเชื่อมโยงกับการขึ้นเงินเดือนและโบนัสกับปริมาณความทุ่มเทของผลการปฏิบัติงานด้านนวัตกรรมทั้งนี้การให้รางวัลที่เป็นตัวเงิน จะต้องนำไปประยุกต์ให้เหมาะสมเพื่อให้เข้ากับบุคคลหรือทีมงานนั้นๆ

2. สิ่งจูงใจทางอาชีพ (Career Incentives) การเลื่อนตำแหน่งบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับนวัตกรรม จะเป็นการ สนับสนุนความสำเร็จของนวัตกรรม 2 สิ่งคือเป็นการผลักดันให้คนที่มีประสบการณ์ทางด้านนวัตกรรมไปสู่ตำแหน่งงานที่สูงขึ้น ในขณะเดียวกันก็เป็นการส่งสัญญาณให้พนักงานคนอื่นๆได้เห็นว่านวัตกรรมมีความสำคัญต่อองค์กรซึ่งจะช่วยสร้างการสนับสนุนนวัตกรรมทั่วทั้งองค์กร

3. รางวัลทางสังคม (Social Rewards) การให้รางวัลทางสังคมมักถูกมองข้ามและได้รับการประเมินค่าที่ต่ำทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วสิ่งนี้มีผลกระทบต่อบุคคลเป็นอย่างมากซึ่งมีองค์กรจำนวนน้อยที่สามารถใช้รางวัลทางสังคมได้อย่างดีบางองค์กรนำไปใช้ในทางที่ผิดซึ่งอาจจะไม่ช่วยในการสร้างแรงจูงใจให้เกิดแก่นักงานสิ่งจูงใจทางสังคมจะทำให้บุคคลมีความพยายามยืนหยัดและทุ่มเทที่จะทำงานต่อไปแม้ว่าจะเป็งานที่ยากและเสี่ยงต่อความล้มเหลวเพราะเมื่อประสบความสำเร็จก็จะได้รับการยกย่อง ซึ่งทำให้นักงานนั้นมีความรู้สึกที่ดีต่อตนเองและรู้สึกมีความมั่นคงในที่ทำงานนำไปสู่การสร้างสรรคณวัตกรรมให้กับองค์กรอย่างต่อเนื่อง

4. รางวัลด้านจิตใจ (Intrinsic Rewards) แรงจูงใจภายในเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลมีความสุขขั้นพื้นฐานเป็นรางวัลที่จะสามารถทำให้นักบุคคลสามารถทำงานในหน้าที่ได้อย่างต่อเนื่อง เช่น นักวิทยาศาสตร์ที่มีชื่อเสียงส่วนมากจะมีแรงจูงใจภายในที่ทำให้สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นต้น ทั้งนี้สิ่งจูงใจที่กล่าวมาข้างต้นจะถูกนำไปใช้ในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน ในแต่ละองค์กรซึ่งโดยทั่วไปแล้วมักนิยมให้สิ่งจูงใจเป็นรางวัลที่เป็นตัวเงินมากกว่ารางวัลในรูปแบบอื่น ซึ่งองค์กรเองก็ควรมีการพัฒนาการให้รางวัลโดยการสร้างความชัดเจนในการเชื่อมโยงการให้รางวัลกับความพยายามและผลลัพธ์ที่ต้องการขององค์กรซึ่งจะทำให้การให้รางวัลมีประสิทธิภาพและรางวัลนั้นก็จะช่วยกระตุ้นและสนับสนุนให้นักงานในองค์กรสร้างนวัตกรรมให้กับองค์กรอย่างต่อเนื่อง

ทฤษฎีแรงจูงใจของ Herzberg (Hur, 2502) กล่าวว่า แรงจูงใจมาผลต่างของ ความฝันหรือ ความปรารถนา หักลบ สิ่งที่มีอยู่ หรือ สิ่งที่เกิดขึ้นจริง ดังนั้นหากมีความฝัน มากกว่า สิ่งที่มีอยู่ จะเกิดแรงจูงใจเป็นบวก ทำให้เกิดการจูงใจให้บุคคลนั้นกระทำกิจกรรมให้ได้มาซึ่งความฝันที่เป็นจริง ซึ่งแรงจูงใจจะยังคงมีอยู่ตราบเท่าที่ความพึงพอใจในสิ่งที่มีอยู่ยังไม่เท่ากับความปรารถนา

โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ปัจจัยได้แก่ 1.ปัจจัยจูงใจ และ 2. ปัจจัยค้ำจุน ดังนี้

1.ปัจจัยจูงใจ เป็นปัจจัยที่กระตุ้นในการทำงาน เพื่อจูงใจให้คนชอบและรักงานที่ปฏิบัติ เป็นการสร้างให้เกิดความพึงพอใจแก่นักงานในองค์กรให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ได้แก่

1. ความสำเร็จในการทำงาน คือ การที่สามารถทำงานได้สำเร็จตามเป้าหมาย การมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาด่างๆ รวมถึงวางแผนในการหาทางป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคตเมื่อผลงานสำเร็จลุล่วงจะก่อให้เกิดความรู้สึกพอใจในผลงานนั้นๆ

2. การได้รับการยอมรับนับถือ คือ การได้รับความยอมรับจากบุคคลรอบข้างในความสามารถ เช่น บริษัทมีการยกย่องผู้ทำความดี ประจำแผนกต่างๆ เป็นต้น

3. ความก้าวหน้าในการทำงาน คือ การที่มีโอกาสเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ได้ขึ้นตำแหน่งที่สูงขึ้น การได้เลื่อนขั้น promote ประจำปี

4. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ คือ ความน่าสนใจของลักษณะงานที่ได้รับ และตรงกับความถนัดของพนักงานคนนั้นๆ เช่น งานที่ต้องร่วมกันวางแผนเป็นทีมต้องกำหนดเวลาอย่างชัดเจนหรือเป็นงานที่มีลักษณะสามารถดำเนินการได้ตั้งแต่ต้นจนจบโดยลำพังคนเดียว

5. ความรับผิดชอบ คือ การที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานใหม่ ๆ และมีอำนาจในการรับผิดชอบได้อย่างอิสระ ไม่ถูกควบคุมมากเกินไป และได้รับความไว้วางใจในการทำงานที่ถูกกำหนดให้รับผิดชอบ

2. ปัจจัยค่าจูง หมายถึง ปัจจัยที่จะค่าจูงให้แรงจูงใจในการทำงานของบุคคลมีอยู่ตลอดเวลา เป็นปัจจัยที่ลดความไม่พึงพอใจในการทำงาน ได้แก่

1. นโยบายและการบริหารงาน คือ การกำหนดทิศทางองค์กรที่มีความชัดเจน ปฏิบัติได้จริง การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรมีการสื่อสารให้รับทราบโดยทั่วกันทั้งองค์กร วิธีการทำงาน ข้อบังคับ ภายในองค์กร

2. วิธีการปกครองของผู้บังคับบัญชา คือ ลักษณะการบังคับบัญชา มีความยุติธรรมในการบริหารแบ่งสรรงานให้อย่างเท่าเทียม รวมถึงผลประโยชน์ที่เป็นธรรมต่อพนักงานผู้ปฏิบัติงาน การมอบหมายงานที่ชัดเจน การรับฟังความคิดเห็นจากผู้ใต้บังคับบัญชา และการสอนงานอย่างถูกต้องครบถ้วน

3. ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน คือ การแสดงกิริยา วาจา ที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดี และให้ความร่วมมือในการทำงานกันเป็นทีม

4. เงินเดือน หากมีการปรับขึ้นเงินเดือนอย่างสม่ำเสมอ ก็จะเป็นที่พอใจแก่บุคลากรในองค์กรทำให้บุคลากรมีความตั้งใจในการทำงาน

5. โอกาสที่จะก้าวหน้าในหน้าที่การงาน คือ การที่มีแผนการเติบโต มีโอกาสได้ปรับตำแหน่งเปลี่ยนแปลง

6. ตำแหน่งงาน คือ อาชีพนั้นเป็นที่ยอมรับนับถือของสังคมที่มีเกียรติ และศักดิ์ศรี

7. สภาพการทำงาน คือ สภาพทางกายภาพของงาน เช่น แสงเสียง อากาศ ชั่วโมงการทำงาน รวมทั้งลักษณะของสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ เช่น อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่าง ๆ อีกด้วย

8. ความเป็นอยู่ส่วนตัว คือ ความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีอันเป็นผลที่ได้รับจากงานในหน้าที่ของเขาไม่มีความสุข และพอใจกับการทำงานในแห่งใหม่

9. ความมั่นคงในการทำงาน คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการทำงาน ความยั่งยืนของอาชีพ หรือความมั่นคงขององค์กร

ทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ (Alderfer, 2515) เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ โดยที่ไม่คำนึงถึงความต้องการใดเกิดก่อนหรือหลังหรือแม้แต่ความต้องการนั้นเกิดขึ้นพร้อมกันก็ได้แบ่งออกเป็น 3 ประการดังนี้

1. ความต้องการเพื่อความอยู่รอด (Existence Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่มนุษย์ใช้ในการดำรงชีวิตอยู่ได้ ความต้องการตามปัจจัย 4 อาหาร ยารักษาโรค ที่อยู่อาศัย และเครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น ซึ่งความต้องการเหล่านี้ถือเป็นความต้องการระดับต่ำสุดและมีลักษณะเป็นรูปธรรม โดยที่ผู้บริหารสามารถที่จะตอบสนองความต้องการเหล่านี้ได้โดย การให้สวัสดิการที่ดี การทำให้นักงาเกิดความรู้สึกปลอดภัย การให้ความยุติธรรมในการจ้างงาน เป็นต้น

2. ความต้องการมีสัมพันธภาพ (Relatedness Needs) เป็นความต้องการที่จะมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น ตัวอย่างเช่น การมีเพื่อนฝูง การมีคนรัก การได้รับการยอมรับจากผู้อื่น รวมถึงการที่รู้สึกเคารพตัวเองอันจะก่อให้เกิดความสำเร็จได้ต่อไป โดยที่ผู้บริหารควรส่งเสริมให้บุคลากรภายในองค์กรมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน รวมถึงสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อบุคคลภายนอกด้วย เช่น การจัดให้มีกิจกรรมสอนหนังสือเด็กชนบทที่ห่างไกลจากสื่อการเรียนการสอน โดยจัดให้ทุกแผนก ทุกตำแหน่ง มีส่วนร่วมในการเข้ากิจกรรม เป็นต้น

3. ความต้องการความเจริญก้าวหน้า (Growth Needs) เป็นความต้องการที่จะเติบโตก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ประสบความสำเร็จในชีวิต ได้รับการยกย่องสรรเสริญจนเป็นบุคคลตัวอย่าง โดยที่ผู้บริหารควรสนับสนุนให้พนักงานพัฒนาตนเองในด้านที่พนักงานสนใจเพื่อให้สามารถสร้างผลงานได้ดี มีความเจริญเติบโตก้าวหน้าด้วยการพิจารณาเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง หรือมอบหมายให้รับผิดชอบต่องานกว้างขึ้น โดยมีหน้าที่การงานสูงขึ้น อันเป็นโอกาสที่พนักงานจะก้าวไปสู่ความสำเร็จต่อไป

ซึ่งจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวที่เกี่ยวข้องนั้นปัจจัยที่ส่งผลให้พนักงานมีแรงจูงใจในคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม คือ การกำหนดตัวชี้วัดผลงาน (KPI) และมีการกำหนดผลตอบแทนที่เป็นในรูปแบบของเงิน และ ผลตอบแทนในรูปแบบที่ไม่ใช่เงิน อันได้แก่ ความสัมพันธ์ของเพื่อนร่วมงาน ความมั่นคงในการทำงาน เป็นต้น

แนวคิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน

พฤติกรรมเชิงนวัตกรรม ของพนักงาน หมายถึง การคิดสร้างสรรค์ คิดใหม่ ทำใหม่ เพื่อพัฒนาองค์กร ช่วยให้การดำเนินงาน ได้ผลดี มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงกว่า สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ได้ทั้งนี้โดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เป็นสำคัญนวัตกรรมในองค์กรจะเกิดขึ้นได้ผู้บริหารควรอาศัยกระบวนการ (Organization Process Innovation) ใหม่ ๆ ไปใช้ในองค์กร ทั้งนี้เพื่อนำเอาระบบการบริหารงานรูปแบบใหม่ใช้พัฒนาระบบการและขีดความสามารถทางการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น การใช้เครื่องมือคุณภาพต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น KM, QCC, Kaizen, R&D มาผสมผสานประกอบกับการใช้กระบวนการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) ก็จะก่อให้เกิดกระบวนการรับสิ่งใหม่ ๆ เพื่อมาปรับปรุงให้เกิดแก่บุคลากร องค์กร ชุมชน เครือข่าย จนทำให้เกิดนวัตกรรม ทั้งยังก่อให้เกิดการเรียนรู้ การผลิต และการใช้ประโยชน์จากความคิดใหม่ เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ การบริการ กระบวนการผลิตใหม่ การปรับปรุงเทคโนโลยี การแพร่กระจายเทคโนโลยี และการใช้ เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคม (พิชัย, 2542)

พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมเป็นการกระทำของพนักงานที่กำกับตั้งแต่การใช้ความคิดที่แปลกใหม่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และวิธีการที่เกี่ยวข้องกับงานตามตำแหน่งหน้าที่ แผนก หรือ องค์กร รวมถึงการใช้และการนำไปปฏิบัติ ตัวอย่างของพฤติกรรม เช่น การแสวงหาเทคโนโลยีใหม่ แนะนำกลยุทธ์ใหม่เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย วิธีการทำงานใหม่ และสนับสนุนการจัดซื้อจัดหาทรัพยากรเพื่อใช้สร้างความคิดที่แปลกใหม่ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2556)

จากงานวิจัยของ (ธนกฤต, 2557) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านองค์กรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงานเพื่อรองรับเศรษฐกิจอาเซียนของกลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปเนื้อสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์กร ประกอบด้วย การสนับสนุนจากผู้บริหาร แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมและบรรยากาศด้านการ สร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานตามลำดับ

ทฤษฎีนวัตกรรมแนวเครือข่ายทางสังคม (the social network theory of innovation) (Baofu, 2552) ทฤษฎีนี้เชื่อว่านวัตกรรมจะสร้างสรรค์ขึ้นได้ต้องอาศัยความรู้จากทั้งภายในและภายนอก การใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารที่จะทำให้เกิดการแพร่กระจายนวัตกรรมไปอย่างรวดเร็วและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และแนวคิดนี้ทำให้องค์กรมีการปรับเปลี่ยนการทำงานโดยวัดความสามารถขององค์กรจากปริมาณความหนาแน่นของความสัมพันธ์ ความร่วมมือของ

บุคลากรทั้งระบบ ผู้สนับสนุนเงินทุน สถาบันวิจัย สถาบันการศึกษา หน่วยงานพัฒนาในระดับภูมิภาค และอื่น ๆ ผ่านระบบเครือข่าย

ซึ่งจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวที่เกี่ยวข้องนั้นตัวชี้วัดผลของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน คือ พนักงานมีการคิดค้นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือบริการในรูปแบบใหม่ ให้มีความง่ายในการใช้งานมากขึ้น, พนักงานมีการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้รวดเร็วยิ่งขึ้น ลดข้อผิดพลาดในการทำงานลงและเพิ่มผลผลิตให้กับองค์กรมากขึ้นได้, พนักงานมีการสร้าง Community ในการสื่อสารแบ่งปัน ความคิดใหม่ หรือการต่อยอดความคิดอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนเกิดการเรียนรู้หาเทคโนโลยีใหม่ๆ หรือกระบวนการทำงานใหม่ อันจะก่อให้เกิดนวัตกรรมในองค์กรต่อไป โดยในการวิจัยนี้จะใช้ตัวแปรในด้านพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานคือ การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เพิ่มความสะดวกสบาย และง่ายในการใช้งาน การปรับปรุงกระบวนการทำงานใหม่ การให้คำแนะนำต่อกันในการใช้สิ่งใหม่ การศึกษาเรียนรู้หาสิ่งใหม่

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตาราง 1 รายการสรุปผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับ	ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย (พ.ศ.)	ลักษณะทางประชากรศาสตร์			การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม		
			เพศ	ประสบการณ์การทำงาน	ตำแหน่งที่รับผิดชอบ	การสนับสนุนด้านงบประมาณ	การสนับสนุนด้านความรู้	การสนับสนุนด้านผลตอบแทน
1	ปัจจัยด้านองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงานเพื่อรองรับเศรษฐกิจอาเซียนของกลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปเนื้อสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ธนภฤต (2557)	/	/	/	/	/	/
2	ปัจจัยที่มีอิทธิพลและแนวทางการเสริมสร้างพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม	ปิยรัตน์ (2560)	/	/	-	/	/	-
3	การศึกษาปัจจัยสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมองค์กร บริบทธนาคารพาณิชย์	กนกวรรณ (2559)	-	-	-	/	/	-
4	พฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรมของบุคลากรในมหาวิทยาลัย จังหวัด สงขลา	กนกนาฏ (2561)	/	/	-	-	/	-

ตาราง 1 (ต่อ)

ลำดับ	ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย (พ.ศ.)	บรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กร		
			องค์กรมีการสร้างระบบในการเผยแพร่ความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ	องค์กรมีการนำความคิดไปพัฒนาเป็นต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการใหม่	องค์กรมีกิจกรรมกระตุ้นและส่งเสริมให้พนักงานเสนอความคิดสร้างสรรค์
1	ปัจจัยด้านองค์กรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงานเพื่อรองรับเศรษฐกิจอาเซียนของกลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปเนื้อสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ธนกฤต (2557)	/	/	/
2	ปัจจัยที่มีอิทธิพลและแนวทางการเสริมสร้างพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม	ปิยรัตน์ (2560)	/	-	/
3	การศึกษาปัจจัยสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมองค์กร บริบท ธนาคารพาณิชย์	กนกวรรณ (2559)	/	/	/
4	พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของบุคลากรในมหาวิทยาลัย จังหวัด สงขลา	กนกนาฏ (2561)	/	/	/

ตาราง 1 (ต่อ)

ลำดับ	ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย (พ.ศ.)	แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม		
			การสร้าง แรงจูงใจด้วยการ กำหนดตัวชี้วัด ผลงาน (KPI)	การสร้างแรงจูงใจด้าน การเงิน เช่นการให้ รางวัลในการ สร้างสรรค์นวัตกรรม	การสร้าง แรงจูงใจที่มีไม่ เงิน เช่น คำ ชมเชย เกียรติ บัตร
1	ปัจจัยด้านองค์กรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิง นวัตกรรมในการปฏิบัติงานเพื่อรองรับ เศรษฐกิจอาเซียนของกลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูป เนื้อสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ธนกฤต (2557)	/	/	/
2	ปัจจัยที่มีอิทธิพลและแนวทางการเสริมสร้าง พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของ พนักงานอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและ ขนาดย่อม	ปิยรัตน์ (2560)	-	-	-
3	การศึกษาปัจจัยสนับสนุนการสร้างนวัตกรรม องค์กร บริบท ธนาคารพาณิชย์	กนกวรรณ (2559)	/	/	/
4	พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของ บุคลากรในมหาวิทยาลัย จังหวัด สงขลา	กนกนาฏ (2561)	-	/	/

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ พนักงานระดับทำงานของบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีจำนวนพนักงานทั้งสิ้นอยู่ที่ 5,419 คน (ฝ่ายทรัพยากรบุคคล บริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน), มกราคม 2563)

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ที่ถูกคัดเลือกเป็นพนักงานที่ปฏิบัติงานในบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ ± 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 372 คน โดยที่ภายใต้ TISCO Financial Group มี 9 บริษัทย่อยอันได้แก่ TISCO Financial Group, TISCO BANK, TISCO Securities, TISCO Asset, TISCO IT, TISCO Insure, TISCO Learning Center, Highway, Allway เมื่อคำนวณตามสัดส่วนของแต่ละบริษัทจะได้กลุ่มประชากรแยกตามบริษัทย่อย ดังนี้

ตาราง 2 การสุ่มเลือกประชากร

Company	Total	Percentage	กลุ่มประชากรตามสูตร Taro Yamane
TISCO Financial Group	387	7.14%	27
TISCO BANK	2,903	53.57%	199
TISCO Securities	181	3.34%	12
TISCO Asset	220	4.06%	15
TISCO IT	313	5.78%	21
TISCO Insure	278	5.13%	19
TISCO Learning Center	16	0.30%	1
Highway	1,117	20.61%	77
Allway	4	0.07%	1
Sum	5,419		372

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานที่ปฏิบัติงานในบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จำนวน 372 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มแบบเจาะจง เฉพาะกลุ่มบริษัทย่อยภายใน บริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดยใช้วิธีสัดส่วน เปรียบเทียบประชากรแต่ละบริษัทย่อยกับประชากรทั้งหมด จากนั้นใช้ร้อยละที่ได้เทียบกับจำนวนกลุ่มประชากรที่คำนวณได้ตามสูตร Taro Yamane คือ 372 คน จะได้ผลลัพธ์คือ บริษัท TISCO Financial Group 27 คน ,TISCO BANK 199 คน, TISCO Securities 12 คน, TISCO Asset 15 คน, TISCO IT 21 คน, TISCO Insure 19 คน, TISCO Learning Center 1 คน, Highway 77 คน, Allway 1 คน จากนั้นจะดำเนินการส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form ให้พนักงานที่ปฏิบัติงานในบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผ่าน Email เพื่อดำเนินการตอบแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มแบบสะดวก โดยการแจกแบบสอบถามด้วยแบบสอบถามออนไลน์ ที่ได้กำหนดไว้ในขั้นตอนที่ 1 ให้ครบถ้วนตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยโดยการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยวิธีการใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน จำนวนคำถามทั้งหมด 39 ข้อ แบ่งได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ ประสบการณ์ทำงาน ตำแหน่งที่รับผิดชอบ และบริษัทที่สังกัดอยู่ ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิดแบบให้เลือกคำตอบ จำนวนคำถามทั้งหมด 4 ข้อ โดยใช้การวัดข้อมูลลักษณะนามบัญญัติ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับการสนับสนุนของผู้บริหาร, บรรยากาศในองค์กร, แรงจูงใจในการสร้างนวัตกรรม ที่มีผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานในการปฏิบัติงาน ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อย ที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุดคือ 5 จำนวนคำถามทั้งหมด 23 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับการพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานในการปฏิบัติงาน ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อย ที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุดคือ 5 จำนวนคำถามทั้งหมด 12 ข้อ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. สร้างแบบสอบถามเพื่อถามความคิดเห็นในประเด็นต่อไปนี้ คือ 1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม, 2. การสนับสนุนจากผู้บริหาร, 3. บรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน, 4. แรงจูงใจในการสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน และ 5. พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน

2. นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบเนื้อหาและเสนอแนะข้อปรับปรุงแก้ไข

3. ทำการแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะให้ถูกต้อง

4. นำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นและนำผลที่ได้เข้าปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา

5. ปรับปรุงแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษานุมัติ

6. แจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือ

1. การให้คะแนนตัวแปร คำถามในแบบสอบถามของงานวิจัย ได้นำเอาแบบมาตรวัดแบบ Likert Scale โดยกำหนดให้มีคำตอบ 5 ตัวเลือก พร้อมทั้งลำดับในการให้คะแนนเชิงบวก โดยเป็นการวัดความถี่ที่ เกี่ยวข้องกับปัจจัยสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมองค์กร โดยเกณฑ์ประเมินผลในแต่ละอัตราภาคชั้น (class interval) สามารถใช้สูตรการคำนวณความกว้างของช่วงในแต่ละชั้น ดังนี้ $\text{พิสัย} = (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{จำนวนชั้น} = (5-1) / 5 = 0.80$ จากการพิจารณาข้างต้นนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินค่าระดับความคิดเห็น ตามเกณฑ์การแปลความหมายดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 คือ คะแนนบ่งชี้ถึงความคิดเห็นระดับเห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 คือ คะแนนบ่งชี้ถึงความคิดเห็นระดับค่อนข้างเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 คือ คะแนนบ่งชี้ถึงความคิดเห็นระดับเห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 คือ คะแนนบ่งชี้ถึงความคิดเห็นระดับค่อนข้างไม่เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 คือ คะแนนบ่งชี้ถึงความคิดเห็นระดับไม่เห็นด้วย

2. การตรวจสอบความเชื่อมั่น พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็ช อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยการ pilot test กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 30 ราย โดยจะยอมรับค่าการทดสอบเมื่อค่า Alpha มากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2552)

3.การให้คะแนนตัวแปร คำถามในแบบสอบถามของงานวิจัย ได้นำเอาแบบมาตรวัดแบบ Likert Scale โดยกำหนดให้มีคำตอบ 5 ตัวเลือก พร้อมทั้งลำดับในการให้คะแนนเชิงบวก โดยเป็นการวัดความถี่ที่ เกี่ยวข้องกับปัจจัยสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมองค์กร โดยเกณฑ์ประเมินผลในแต่ละอัตราภาคชั้น (class interval) สามารถใช้สูตรการคำนวณความกว้างของช่วงในแต่ละชั้น ดังนี้ พิสัย = (คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด) / จำนวนชั้น = $(5-1) / 5 = 0.80$ จากการพิจารณาข้างต้นนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินค่าระดับความสำคัญ ตามเกณฑ์การแปลความหมายดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 คือ คะแนนบ่งชี้ถึงความสำคัญระดับสำคัญมาก
- ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 คือ คะแนนบ่งชี้ถึงความสำคัญระดับค่อนข้างมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 คือ คะแนนบ่งชี้ถึงความสำคัญระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 คือ คะแนนบ่งชี้ถึงความสำคัญระดับค่อนข้างน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 คือ คะแนนบ่งชี้ถึงความสำคัญระดับไม่สำคัญ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในกระบวนการศึกษาได้แก่ การจัดทำข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การแปลความและการสรุปผล ประกอบด้วย ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเองโดยอาศัยเครื่องมือที่มีความเหมาะสมสำหรับ การเก็บรวบรวมซึ่งในที่นี้ คือแบบสอบถาม ได้แก่ ส่วนที่1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม, ส่วนที่2 การสนับสนุนจากผู้บริหาร , ส่วนที่3 บรรยายภาคด้านการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน, ส่วนที่4 แรงจูงใจในการสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน และส่วนที่5 พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน ข้อมูลทุติยภูมิ เน้นข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมมาจากแหล่งที่สามารถอ้างอิงได้และมีความ น่าเชื่อถือได้แก่ (1) ตำรา หนังสือ (2) เอกสารเกี่ยวกับงานวิจัยที่ผ่านมาแต่มีความเกี่ยวข้องกับ งานวิจัยในครั้งนี้และ (3) วารสารและสิ่งพิมพ์ทางวิชาการทั้งที่ใช้ระบบเอกสารและระบบออนไลน์

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม ได้แก่ เพศ ประสบการณ์ทำงาน ตำแหน่งที่รับผิดชอบ และบริษัทที่สังกัดอยู่ ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิดแบบให้เลือกคำตอบ

2. ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับการสนับสนุนของผู้บริหาร, บรรยากาศในองค์กร, แรงจูงใจในการสร้างนวัตกรรม ที่มีผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานในการปฏิบัติงาน ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อย ที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุดคือ 5

3. ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับการพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานในการปฏิบัติงาน ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อย ที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุดคือ 5

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้ในการ แจกแจงความถี่ (frequency) เป็นการแสดงค่าความถี่ของข้อมูลที่เก็บมาได้ โดยแสดงเป็นจำนวน และค่าร้อยละ (percentage) เพื่อเสนอลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ ประสบการณ์การทำงาน ตำแหน่งที่รับผิดชอบ เพื่อหาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เพื่อนำเสนอรายละเอียดและอธิบายค่าของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคุณสมบัติเท่านั้น

2 การวิเคราะห์สถิติอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อใช้ในการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (independent variables) และตัวแปรตาม (dependent variables) โดยการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อมของตัวแปรแฝง (latent variable) เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ที่ชัดเจน ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม บรรยากาศในการสร้างนวัตกรรม แรงจูงใจในการสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม ซึ่งใช้มาตรวัดอันตรภาคกับตัวแปรตามหนึ่งตัวคือ พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานในการปฏิบัติงาน ซึ่งใช้มาตรวัดอันตรภาค และเพื่อทดสอบถึงความแตกต่างของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตามแต่ละตัวจะใช้เครื่องมือสถิติ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) รายละเอียดดังนี้

2.1 ค่าสถิติ t-test (Independent Sample t-test) ใช้ในการทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.ความแตกต่าง

ของตัวแปรเพศ ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง และ ตัวแปรตำแหน่งที่รับผิดชอบ ระหว่างหัวหน้างานและพนักงานทั่วไป ที่ต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

2.2 ค่าสถิติ One Way ANOVA ใช้ในการทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.ความแตกต่างของตัวแปรประสิทธิภาพการทำงาน ที่ต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

2.3 ค่าสถิติ Multiple Regression ใช้ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตาม เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2, 3 และ 4 ได้แก่ การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม บรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กร และ แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ตารางวิเคราะห์มาตรฐานตัวแปร

ตาราง 3 มาตรฐานข้อมูลตัวแปร

ข้อมูลตัวแปร	ประเภทมาตรวัด	ลักษณะการวัด
เพศ	นามบัญญัติ	1 = เพศชาย 2 = เพศหญิง
ประสบการณ์การทำงาน	นามบัญญัติ	1 = ทำงาน 0-3 ปี 2 = ทำงาน 4-7 ปี 3 = ทำงาน 8-12 ปี 4 = ทำงานมากกว่า 12 ปี
ตำแหน่งที่รับผิดชอบ	นามบัญญัติ	1 = หัวหน้า 2 = พนักงานทั่วไป
บริษัทที่สังกัดอยู่	นามบัญญัติ	1 = TISCO Financial Group 2 = TISCO BANK 3 = TISCO Securities 4 = TISCO Asset 5 = TISCO IT 6 = TISCO Insure 7 = TISCO Learning Center 8 = Highway 9 = Allway
ระดับความสำคัญของการให้การสนับสนุนจากผู้บริหาร	อันตราย	1 = ไม่สำคัญ 2 = ค่อนข้างน้อย 3 = ปานกลาง 4 = ค่อนข้างมาก 5 = สำคัญมาก

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลตัวแปร	ประเภทมาตรวัด	ลักษณะการวัด
ระดับความสำคัญของบรรยากาศในการทำงาน	อันตรภาค	1 = ไม่เห็นด้วย 2 = ค่อนข้างไม่เห็นด้วย 3 = เห็นด้วยปานกลาง 4 = ค่อนข้างเห็นด้วย 5 = เห็นด้วยมาก
ระดับความสำคัญของแรงจูงใจ	อันตรภาค	1 = ไม่เห็นด้วย 2 = ค่อนข้างไม่เห็นด้วย 3 = เห็นด้วยปานกลาง 4 = ค่อนข้างเห็นด้วย 5 = เห็นด้วยมาก
ระดับความคิดเห็นในด้านพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม	อันตรภาค	1 = ไม่เห็นด้วย 2 = ค่อนข้างไม่เห็นด้วย 3 = เห็นด้วยปานกลาง 4 = ค่อนข้างเห็นด้วย 5 = เห็นด้วยมาก

บทที่ 4

ผลการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการอธิบายและการทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรแต่ละตัว ซึ่งข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวนทั้งสิ้น 372 ชุด ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ได้ดังนี้

1. ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลเกี่ยวกับการสนับสนุนของผู้บริหารต่อการสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน
3. ข้อมูลเกี่ยวกับบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กรต่อการสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน
4. ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจต่อการสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน
5. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน
6. สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ ประสบการณ์การทำงาน ตำแหน่งที่รับผิดชอบ และบริษัทที่สังกัดอยู่ ซึ่งนำเสนอโดยแจกแจงจำนวน ความถี่ และค่าร้อยละ

ตาราง 4 จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะ
ประชากรศาสตร์

ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.เพศ		
หญิง	205	55.1
ชาย	167	44.9
รวม	372	100.0
2.ประสบการณ์การทำงาน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 ปี	100	26.9
4-7 ปี	122	32.8
8-12 ปี	90	24.2
มากกว่า 12 ปี ขึ้นไป	60	16.1
รวม	372	100.0
3.ตำแหน่งที่รับผิดชอบ		
หัวหน้า	125	33.6
พนักงานทั่วไป	247	66.4
รวม	372	100.0

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. บริษัทที่สังกัดอยู่		
TISCO Financial	27	7.3
TISCO Bank	199	53.5
TISCO Securities	12	3.2
TISCO Asset	15	4.0
TISCO IT	21	5.6
TISCO Insure	19	5.1
TISCO Learning Center	1	0.3
Highway	77	20.7
Allway	1	0.3
รวม	372	100.0

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 372 คน สามารถอธิบายได้ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1 และเพศชาย จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 44.9

ประสบการณ์การทำงานที่บริษัทนี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์การทำงาน 4-7 ปี ซึ่งมีจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีประสบการณ์การทำงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 ปี ซึ่งมีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 และกลุ่มที่มีประสบการณ์การทำงาน 8-12 ปี ซึ่งมีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือกลุ่มที่มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 12 ปีขึ้นไป ซึ่งมีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1

ตำแหน่งที่รับผิดชอบส่วนใหญ่เป็นพนักงานทั่วไป ซึ่งมีจำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 66.4 และตำแหน่งหัวหน้า จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 33.6

บริษัทที่สังกัดอยู่ส่วนใหญ่มาจาก บริษัท TISCO Bank ซึ่งมีจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 บริษัท Highway 77 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 บริษัท TISCO Financial 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 บริษัท TISCO IT 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 บริษัท TISCO Insure 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 บริษัท TISCO Asset 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 บริษัท TISCO Securities 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 บริษัท TISCO Learning Center 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 บริษัท Allway 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

ข้อมูลเกี่ยวกับการสนับสนุนของผู้บริหารต่อการสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับการสนับสนุนของผู้บริหารต่อการสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน ได้แก่ 1.การสนับสนุนด้านงบประมาณ ประกอบด้วย 1.1 การให้งบประมาณในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ 1.2 การให้งบประมาณในการศึกษาความรู้ใหม่จากภายนอก 1.3 การให้งบประมาณในการสร้างสิ่งใหม่ๆให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น 2.การสนับสนุนด้านความรู้ ประกอบด้วย 2.1 การจัดให้มีแหล่งค้นคว้าหาความรู้ 2.2 การจัดให้มีวิทยากรจากภายนอกมาให้ความรู้ 2.3 การจัดให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างพนักงาน ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Alpha Cronbach' Coefficient) สำหรับแบบสอบถามด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.810

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย และ ระดับความสำคัญของการสนับสนุนจากผู้บริหาร

ประเภทของการสนับสนุนจากผู้บริหาร	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1.การสนับสนุนด้านงบประมาณ			
1.1 การให้งบประมาณในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่	4.48	.779	สำคัญมาก
1.2 การให้งบประมาณในการศึกษาความรู้ใหม่จากภายนอก	4.42	.698	สำคัญมาก
1.3 การให้งบประมาณในการสร้างสิ่งใหม่ๆให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น	4.44	.913	สำคัญมาก
รวมการสนับสนุนด้านงบประมาณ	4.44	0.796	สำคัญมาก

ตาราง 5 (ต่อ)

ประเภทของการสนับสนุนจากผู้บริหาร	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
2.การสนับสนุนด้านความรู้			
2.1 การจัดให้มีแหล่งค้นคว้าหาความรู้	4.35	.850	สำคัญมาก
2.2 การจัดให้มีวิทยากรจากภายนอกมาให้ความรู้	4.23	.933	สำคัญมาก
2.3 การจัดให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างพนักงาน	4.42	.717	สำคัญมาก
รวมการสนับสนุนด้านความรู้	4.33	0.833	สำคัญมาก
รวมการสนับสนุนจากผู้บริหาร	4.39	0.815	สำคัญมาก

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมต่อการสนับสนุนจากผู้บริหารอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 แต่เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของการสนับสนุนจากผู้บริหารแต่ละด้านแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อการสนับสนุนด้านงบประมาณ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.44 และให้ความสำคัญในระดับรองลงมาคือการสนับสนุนด้านความรู้ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.33

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในการสนับสนุนด้านงบประมาณ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การให้งบประมาณในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.48 และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับรองลงมาคือ การให้งบประมาณในการสร้างสิ่งใหม่ๆให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ย 4.44 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด คือ การให้งบประมาณในการศึกษาความรู้ใหม่จากภายนอก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.42

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในการสนับสนุนด้านความรู้ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การจัดให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างพนักงาน

โดยมีค่าเฉลี่ย 4.42 และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับรองลงมาคือ การจัดให้มีแหล่งค้นคว้าหาความรู้ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.35 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด คือ การจัดให้มีวิทยากรจากภายนอกมาให้ความรู้ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.23

ข้อมูลเกี่ยวกับบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กรต่อการสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับ บรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กรต่อการสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน ได้แก่ 1.ระบบในการเผยแพร่ความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 1.1 องค์กรมีทีมงานที่ช่วยเหลือ และสนับสนุนในการคิดค้นความคิดใหม่ๆเพื่อพัฒนาองค์กร 1.2 องค์กรมีช่องทางในการสื่อสารผลงานที่ได้รับคัดเลือกให้เป็นตัวอย่าง 1.3 องค์กรมีช่องทางให้เสนอความคิดสร้างสรรค์ที่ง่ายต่อการเรียนรู้และใช้งาน 2.การนำความคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ประกอบด้วย 2.1 องค์กรมีการคัดเลือกความคิดสร้างสรรค์ที่ดีที่สุดมาพัฒนาต้นแบบของ Product / Service 2.2 องค์กรมีการยอมรับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นจากพนักงานทุกระดับ 2.3 องค์กรมีความพร้อมในการสนับสนุนในด้านเครื่องมือและบุคลากรในการพัฒนา Product / Service ให้เกิดขึ้นจริง 3.การกระตุ้นให้มีการเสนอความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 3.1 องค์กรจัดให้มีกิจกรรมแข่งขันเสนอไอเดียในการพัฒนาองค์กร 3.2 ลักษณะงานของท่านสนับสนุนให้ท่านสร้างผลงานจากแนวคิดใหม่ๆ 3.3 องค์กรจัดให้มีสภาพแวดล้อมและทัศนียภาพที่เอื้อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Alpha Cronbach' Coefficient) สำหรับแบบสอบถามด้านบรรยากาศในการสร้างนวัตกรรมค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.847

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย และ ระดับความคิดเห็นของบรรยาภาคในการสร้างนวัตกรรม

ประเภทของบรรยาภาคในการสร้างนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1.ระบบในการเผยแพร่ความคิดสร้างสรรค์			
1.1 องค์กรมีทีมงานที่ช่วยเหลือ และสนับสนุนในการคิดค้นความคิดใหม่ๆเพื่อพัฒนาองค์กร	4.37	.774	เห็นด้วยมาก
1.2 องค์กรมีช่องทางในการสื่อสารผลงานที่ได้รับคัดเลือกให้เป็นตัวอย่าง	4.10	.753	ค่อนข้างเห็นด้วย
1.3 องค์กรมีช่องทางให้เสนอความคิดสร้างสรรค์ที่ง่ายต่อการเรียนรู้และใช้งาน	4.19	.790	ค่อนข้างเห็นด้วย
รวมการเผยแพร่ความคิดสร้างสรรค์	4.22	0.772	เห็นด้วยมาก
2.การนำความคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่			
2.1 องค์กรมีการคัดเลือกความคิดสร้างสรรค์ที่ดีที่สุดมาพัฒนาต้นแบบของ Product / Service	4.20	.812	เห็นด้วยมาก
2.2 องค์กรมีการยอมรับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นจากพนักงานทุกระดับ	4.32	.650	เห็นด้วยมาก
2.3 องค์กรมีความพร้อมในการสนับสนุนในด้านเครื่องมือและบุคลากรในการพัฒนา Product / Service ให้เกิดขึ้นจริง	4.24	.863	เห็นด้วยมาก
รวมการนำความคิดพัฒนาเป็นต้นแบบ	4.25	0.775	เห็นด้วยมาก

ตาราง 6 (ต่อ)

ประเภทของบรรยากาศในการสร้างนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
3.การกระตุ้นให้มีการเสนอความคิดสร้างสรรค์			
3.1 องค์กรจัดให้มีกิจกรรมแข่งขันเสนอไอเดียในการพัฒนาองค์กร	4.38	.711	เห็นด้วยมาก
3.2 ลักษณะงานสนับสนุนให้สร้างผลงานจากแนวคิดใหม่ๆ	4.08	.943	ค่อนข้างเห็นด้วย
3.3 องค์กรจัดให้มีสภาพแวดล้อมและทัศนียภาพที่เอื้อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์	4.16	.876	ค่อนข้างเห็นด้วย
รวมการกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์	4.20	0.843	ค่อนข้างเห็นด้วย
รวมบรรยากาศในการสร้างนวัตกรรม	4.22	0.797	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบรรยากาศในการสร้างนวัตกรรมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 แต่เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของประเภทบรรยากาศในการสร้างนวัตกรรมแต่ละด้านแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นด้วยมากที่สุดต่อการนำความคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และเห็นด้วยรองลงมาคือ ระบบในการเผยแพร่ความคิดสร้างสรรค์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และประเภทที่เห็นด้วยน้อยที่สุดคือ การกระตุ้นให้มีการเสนอความคิดสร้างสรรค์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในการนำความคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามค่อนข้างเห็นด้วยในระดับมาก คือ องค์กรมีการยอมรับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นจากพนักงานทุกระดับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และผู้ตอบแบบสอบถามค่อนข้างเห็นด้วยในระดับปานกลาง คือ องค์กรมีความพร้อมในการสนับสนุนในด้านเครื่องมือและบุคลากรในการพัฒนา Product / Service ให้เกิดขึ้นจริง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับน้อย คือ องค์กรมีการคัดเลือกความคิดสร้างสรรค์ที่ดีที่สุดมาพัฒนาต้นแบบของ Product / Service โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในระบบการเผยแพร่ความคิดสร้างสรรค์ ผู้ตอบแบบสอบถามค่อนข้างเห็นด้วยในระดับมาก คือ องค์กรมีทีมงานที่ช่วยเหลือ และสนับสนุนในการคิดค้นความคิดใหม่ๆ เพื่อพัฒนาองค์กร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และผู้ตอบแบบสอบถามค่อนข้างเห็นด้วยในระดับปานกลางคือ องค์กรมีช่องทางให้เสนอความคิดสร้างสรรค์ที่ง่ายต่อการเรียนรู้และใช้งาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับน้อย คือ องค์กรมีช่องทางในการสื่อสารผลงานที่ได้รับคัดเลือกให้เป็นตัวอย่าง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในการกระตุ้นให้มีการเสนอความคิดสร้างสรรค์ ผู้ตอบแบบสอบถามค่อนข้างเห็นด้วยในระดับมาก คือ องค์กรจัดให้มีกิจกรรมแข่งขันเสนอไอเดียในการพัฒนาองค์กร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และผู้ตอบแบบสอบถามค่อนข้างเห็นด้วยในระดับปานกลางคือ องค์กรจัดให้มีสภาพแวดล้อมและทัศนียภาพที่เอื้อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับน้อย คือ ลักษณะงานสนับสนุนให้สร้างผลงานจากแนวคิดใหม่ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจต่อการสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับ แรงจูงใจต่อการสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน ได้แก่ 1.แรงจูงใจจากการกำหนดตัวชี้วัดผลงาน (KPI) ประกอบด้วย 1.1 องค์กรมีการตั้งเป้าหมายในการสร้างนวัตกรรมกับพนักงานอย่างต่อเนื่อง 1.2 องค์กรมีการวัดประเมินผลในการสร้างสรรค์ผลงานที่ชัดเจน 2.แรงจูงใจด้านการเงิน ประกอบด้วย 2.1 องค์กรมีการกำหนดระบบการให้รางวัลสำหรับการมีส่วนร่วมในการเสนอความคิด 2.2 การได้รับค่าตอบแทนที่สูงขึ้น 2.3 การแบ่งสัดส่วนกำไรจากผลงาน 3.แรงจูงใจด้านที่ไม่ใช่เงิน ประกอบด้วย 3.1 การได้รับการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง 3.2 การได้รับการยกย่องชมเชยจากองค์กร 3.3 การได้สิทธิบัตรในการเป็นเจ้าของผลงานนวัตกรรมนั้นๆ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Alpha Cronbach' Coefficient) สำหรับแบบสอบถามด้านแรงจูงใจในการสร้างนวัตกรรมค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.914

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย และ ระดับความคิดเห็นของแรงจูงใจในการสร้างนวัตกรรม

ประเภทของแรงจูงใจในการสร้างนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1.แรงจูงจากการกำหนดตัวชี้วัดผลงาน (KPI)			
1.1 องค์การมีการตั้งเป้าหมายในการสร้างนวัตกรรมกับพนักงานอย่างต่อเนื่อง	4.24	.820	เห็นด้วยมาก
1.2 องค์การมีการวัดประเมินผลในการสร้างสรรค์ผลงานที่ชัดเจน	4.13	.862	ค่อนข้างเห็นด้วย
รวมแรงจูงใจจากการกำหนด KPI	4.18	.841	ค่อนข้างเห็นด้วย
2.แรงจูงใจด้านการเงิน			
2.1 องค์การมีการกำหนดระบบการให้รางวัลสำหรับการมีส่วนร่วมในการเสนอความคิด	4.12	.838	ค่อนข้างเห็นด้วย
2.2 การได้รับค่าตอบแทนที่สูงขึ้น	4.25	1.018	เห็นด้วยมาก
2.3 การแบ่งสัดส่วนกำไรจากผลงาน	4.17	.943	ค่อนข้างเห็นด้วย
รวมแรงจูงใจด้านการเงิน	4.18	0.933	ค่อนข้างเห็นด้วย
3.แรงจูงใจด้านที่ไม่ใช่เงิน			
3.1 การได้รับการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง	4.25	.982	เห็นด้วยมาก
3.2 การได้รับการยกย่องชมเชยจากองค์กร	4.28	.746	เห็นด้วยมาก
3.3 การได้สิทธิบัตรในการเป็นเจ้าของผลงานนวัตกรรมนั้นๆ	4.34	.917	เห็นด้วยมาก
รวมแรงจูงใจด้านที่ไม่ใช่เงิน	4.29	0.881	เห็นด้วยมาก
รวมแรงจูงใจในการสร้างนวัตกรรม	4.22	0.885	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อแรงจูงใจในการสร้างนวัตกรรมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 แต่เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของประเภทแรงจูงใจในการสร้างนวัตกรรมแต่ละด้านแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นด้วยมากที่สุดต่อ แรงจูงใจด้านที่ไม่ใช่เงิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และให้ความคิดเห็นระดับปานกลางคือ แรงจูงใจจากการกำหนดตัวชี้วัดผลงาน (KPI) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และประเภทที่เห็นด้วยน้อยที่สุดคือ แรงจูงใจด้านการเงิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในปัจจัยแรงจูงใจด้านที่ไม่ใช่เงิน ผู้ตอบแบบสอบถามค่อนข้างเห็นด้วยในระดับมาก คือ การได้สิทธิบัตรในการเป็นเจ้าของผลงานนวัตกรรมนั้นๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และผู้ตอบแบบสอบถามค่อนข้างเห็นด้วยในระดับปานกลาง คือ การได้รับการยกย่องชมเชยจากองค์กร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับน้อย คือ การได้รับการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยแรงจูงใจจากการกำหนดตัวชี้วัดผลงาน (KPI) ผู้ตอบแบบสอบถามค่อนข้างเห็นด้วยในระดับมาก คือ องค์กรมีการตั้งเป้าหมายในการสร้างนวัตกรรมกับพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับน้อย คือ องค์กรมีการวัดประเมินผลในการสร้างสรรค์ผลงานที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยแรงจูงใจด้านการเงิน ผู้ตอบแบบสอบถามค่อนข้างเห็นด้วยในระดับมาก คือ การได้รับค่าตอบแทนที่สูงขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และผู้ตอบแบบสอบถามค่อนข้างเห็นด้วยในระดับปานกลาง คือ การแบ่งสัดส่วนกำไรจากผลงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับน้อย คือ องค์กรมีการกำหนดระบบการให้รางวัลสำหรับการมีส่วนร่วมในการเสนอความคิด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน ได้แก่ 1.แนวคิดที่จะเสนอผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการใหม่ให้ผู้บริหาร 2.การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการใหม่ออกมาในรูปแบบ Prototype 3.การเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท 4.การเป็นผู้นำในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือเปลี่ยนแปลงกระบวนการการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น 5.การติดตามข่าวสารหรือเทคโนโลยีเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น 6.การยอมรับคำแนะนำและนำไปปรับใช้ให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น 7.การให้คำแนะนำบอกต่อสิ่งใหม่ๆแก่เพื่อนร่วมงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น 8.การชี้แนะเพื่อนร่วมงานถึงรูปแบบการทำงานที่รวดเร็วและลดข้อผิดพลาด 9.ความสนใจที่จะเผยแพร่ความคิด หรือไอเดียในการทำงานในรูปแบบต่างๆ เช่น Blogger, Social 10.ความสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้สิ่งใหม่ๆที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น 11.ความสนใจปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่มีในปัจจุบัน 12.ความต้องการให้บริษัทจัดสรรเวลาว่างในการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่มีในปัจจุบัน ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Alpha Cronbach' Coefficient) สำหรับแบบสอบถามด้านพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.926

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย และ ระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

ประเภทของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1.แนวคิดที่จะเสนอผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการใหม่ให้ผู้บริหาร	4.28	.771	เห็นด้วยมาก
2.การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการใหม่ออกมาในรูปแบบ Prototype	4.17	.946	ค่อนข้างเห็นด้วย
3.การเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท	4.23	.782	เห็นด้วยมาก
4.การเป็นผู้นำในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือเปลี่ยนแปลงกระบวนการการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น	4.28	.869	เห็นด้วยมาก

ตาราง 8 (ต่อ)

ประเภทของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
5.การติดตามข่าวสารหรือเทคโนโลยีเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น	4.25	.826	เห็นด้วยมาก
6.การยอมรับคำแนะนำและนำไปปรับใช้ให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น	4.30	.688	เห็นด้วยมาก
7.การให้คำแนะนำบอกต่อสิ่งใหม่ๆแก่เพื่อนร่วมงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น	4.33	.767	เห็นด้วยมาก
8.การชี้แนะเพื่อนร่วมงานถึงรูปแบบการทำงานที่รวดเร็วและลดข้อผิดพลาด	4.28	.859	เห็นด้วยมาก
9.ความสนใจที่จะเผยแพร่ความคิด หรือไอเดียในการทำงานในรูปแบบต่างๆ เช่น Blogger, Social	4.19	1.077	ค่อนข้างเห็นด้วย
10.ความสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้สิ่งใหม่ๆที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น	4.27	.765	เห็นด้วยมาก
11.ความสนใจปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่มีในปัจจุบัน	4.17	.800	ค่อนข้างเห็นด้วย
12.ความต้องการให้บริษัทจัดสรรเวลาว่างในการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่มีในปัจจุบัน	4.28	.771	เห็นด้วยมาก
รวมพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม	4.25	.827	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในแต่ละด้านแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นด้วยมากที่สุดคือ การให้คำแนะนำบอกต่อสิ่งใหม่ๆแก่เพื่อนร่วมงานเพื่อ

เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างมาก ได้แก่ การยอมรับคำแนะนำและนำไปปรับใช้ให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และแนวคิดที่จะเสนอผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการใหม่ให้ผู้บริหาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และการเป็นผู้นำในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือเปลี่ยนแปลงกระบวนการการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และการชี้แนะเพื่อนร่วมงานถึงรูปแบบการทำงานที่รวดเร็วและลดข้อผิดพลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และ ความต้องการให้บริษัทจัดสรรเวลาว่างในการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่มีในปัจจุบัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และ ความสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้สิ่งใหม่ๆที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ได้แก่ การติดตามข่าวสารหรือเทคโนโลยีเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และ ความสนใจที่จะเผยแพร่ความคิด หรือไอเดียในการทำงานในรูปแบบต่างๆ เช่น Blogger, Social โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับน้อย ได้แก่ การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการใหม่ออกมาในรูปแบบ Prototype โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และ ความสนใจปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่มีในปัจจุบัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ประสบการณ์การทำงาน ตำแหน่งที่รับผิดชอบ ที่ต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน บริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ตาราง 9 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของเพศ ที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

เพศ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	F-Test	Sig.	df	T-Test	Sig. (2-tailed)
ชาย	167	4.34	.575	3.739	.050	368.755	3.024	.003
หญิง	205	4.15	.666					

*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.1 พนักงานที่มีเพศต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.1 โดยใช้สถิติ Independent Samples T-Test สรุปได้ว่าเพศที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังจะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่เป็นเพศหญิง มีค่าเฉลี่ย 4.15 ส่วนเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 4.34

ตาราง 10 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของประสพการณ์การทำงาน ที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

ประสพการณ์การทำงาน	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	Sum Squares	df	F	Sig.
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 ปี	100	4.10	.662	144.694	368	3.748	.011
4-7 ปี	122	4.23	.802				
8-12 ปี	90	4.40	.347				
มากกว่า 12 ปีขึ้นไป	60	4.24	.460				

*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 พนักงานที่มีประสพการณ์การทำงานต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 10 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.2 โดยใช้สถิติ One-way ANOVA สรุปได้ว่าประสพการณ์การทำงานที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังจะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ตาราง 11 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของประสพการณ์การทำงาน ที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม จำแนกตามประสพการณ์การทำงานโดยวิธี LSD

เปรียบเทียบรายคู่	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 ปี	4-7 ปี	8-12 ปี	มากกว่า 12 ปี
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 ปี	-	.126	.001*	.162
4-7 ปี	.126	-	.045*	.891
8-12 ปี	.001*	.045*	-	.123
มากกว่า 12 ปีขึ้นไป	.162	.891	.123	-

*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 11 พบว่าประสพการณ์การทำงานที่แตกต่างกัน ได้แก่ ประสพการณ์การทำงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 ปี กับ ประสพการณ์การทำงาน 4-7 ปี กับ ประสพการณ์การทำงาน 8-12 ปี และ ประสพการณ์การทำงานมากกว่า 12 ปีขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังจะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของตำแหน่งที่รับผิดชอบ ที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

ตำแหน่งที่รับผิดชอบ	จำนวน	$\bar{x}$	S.D.	F-Test	Sig.	df	T-Test	Sig. (2-tailed)
หัวหน้า	125	4.41	.306	43.490	.000	360.046	4.737	.000
พนักงานทั่วไป	247	4.15	.732					

*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 พนักงานที่มีตำแหน่งที่ต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 12 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.3 โดยใช้สถิติ Independent Samples T-Test สรุปได้ว่าตำแหน่งที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังจะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่เป็นหัวหน้า มีค่าเฉลี่ย 4.41 ส่วนพนักงานทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 4.15

สมมติฐานที่ 2 การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

H_0 : การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

H_1 : การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ในการศึกษาความสัมพันธ์โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบการเลือกตัวแปรโดยวิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Regression) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตาราง 13 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณโดยรวมของปัจจัยการสนับสนุนของผู้บริหารที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

<i>R</i>	<i>R</i>²	<i>R</i>²adj	<i>SE_b</i>
.518	.269	.265	.543

*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 13 พบว่า ปัจจัยการสนับสนุนของผู้บริหารที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ในระดับปานกลาง คือ .518 สามารถอธิบายความผันแปรของปัจจัยการสนับสนุนของผู้บริหาร ได้ 26.9 % ด้วยค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณ .543 (หมายถึงความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการพยากรณ์โดยเฉลี่ย)

ตาราง 14 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระของปัจจัยการสนับสนุนของผู้บริหารที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	40.049	3	20.025	67.749	.000*
Residual	109.065	369	.296		
Total	149.115	372			

*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 14 พบว่าตัวแปรอิสระในการสนับสนุนของผู้บริหารอย่างน้อย 1 ตัว ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 15 ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรอิสระของปัจจัยการสนับสนุนของผู้บริหารที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

ปัจจัยการสนับสนุนของผู้บริหาร	b	Std error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.927	.213		9.043	.000
การสนับสนุนด้านความรู้ x_1	.114	.051	.119	2.232	.026
การสนับสนุนด้านงบประมาณ x_2	.417	.050	.443	8.318	.000

*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 15 พบว่าค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบ (b) ของตัวแปรการสนับสนุนด้านความรู้ x_1 ตัวแปรการสนับสนุนด้านงบประมาณ x_2 ส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรปัจจัยในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่าปัจจัยการสนับสนุนของผู้บริหารที่ส่งผลมากที่สุด ได้แก่ ตัวแปรการสนับสนุนด้านงบประมาณ x_2 รองลงมาคือ สนับสนุนด้านความรู้ x_1 โดยมีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) เท่ากับ 0.443 และ 0.119 ตามลำดับ

ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ข้างต้น สามารถนำมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 1.927 + 0.114(x_1) + 0.417(x_2)$$

จากสมการในรูปคะแนนดิบสามารถอธิบายได้ว่า ถ้าคะแนน ตัวแปรการสนับสนุนด้านความรู้ x_1 และตัวแปรการสนับสนุนด้านงบประมาณ x_2 มีค่าเป็น 0 แล้ว คะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Y) จะมีค่า 1.927 โดยที่ถ้าคะแนนตัวแปรการสนับสนุนด้านความรู้ x_1 เพิ่มขึ้น 1 หน่วยแล้ว คะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Y) จะเพิ่มขึ้น 0.114 เมื่อควบคุมตัวแปรการสนับสนุนด้านงบประมาณ x_2 ไว้ และถ้าคะแนนตัวแปรการสนับสนุนด้านงบประมาณ x_2 เพิ่มขึ้น 1 หน่วยแล้ว คะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Y) จะเพิ่มขึ้น 0.417 เมื่อควบคุมตัวแปรการสนับสนุนด้านความรู้ x_1 ไว้

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.119(Z_{x1}) + 0.443(Z_{x2})$$

จากสมการในรูปคะแนนมาตรฐานสามารถอธิบายได้ว่า ถ้าคะแนนตัวแปรการสนับสนุนด้านความรู้ Z_{x1} เพิ่มขึ้น 1 หน่วยคะแนนมาตรฐาน แล้วคะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Z) จะเพิ่มขึ้น 0.119 เมื่อควบคุมตัวแปรการสนับสนุนด้านงบประมาณ Z_{x2} ไว้ และถ้าคะแนนตัวแปรการสนับสนุนด้านงบประมาณ Z_{x2} เพิ่มขึ้น 1 หน่วยคะแนนมาตรฐาน แล้วคะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Z) จะเพิ่มขึ้น 0.443 เมื่อควบคุมตัวแปรการสนับสนุนด้านความรู้ Z_{x1} ไว้

สมมติฐานที่ 3 บรรยายากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กร มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

H_0 : บรรยายากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กร ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

H_1 : บรรยายากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กร มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ในการศึกษาความสัมพันธ์โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบการเลือกตัวแปรโดยวิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Regression) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตาราง 16 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณโดยรวมของปัจจัยบรรยายากาศด้านการสร้างนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

R	R^2	R^2_{adj}	SE_b
.586	.344	.338	.515

*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 16 พบว่า ปัจจัยบรรยายากาศด้านการสร้างนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ในระดับปานกลาง คือ .586 สามารถอธิบายความผันแปรของปัจจัยบรรยายากาศด้านการสร้างนวัตกรรมได้ 34.4 % ด้วยค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณ .515 (หมายถึงความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการพยากรณ์โดยเฉลี่ย)

ตาราง 17 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระของปัจจัยบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	51.227	4	17.076	64.194	.000*
Residual	97.888	368	.266		
Total	149.115	372			

*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 17 พบว่าตัวแปรอิสระในปัจจัยบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมอย่างน้อย 1 ตัว ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 18 ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรอิสระของปัจจัยบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

ปัจจัยบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรม	b	Std error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.602	.214		7.467	.000
การกระตุ้นให้มีการเสนอความคิดสร้างสรรค์ x_1	.084	.068	.077	1.221	.223
ระบบในการเผยแพร่ความคิดสร้างสรรค์ x_2	.139	.063	.133	2.207	.028
การนำความคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ใหม่ x_3	.403	.046	.456	8.860	.000

*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 18 พบว่าค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบ (b) ของตัวแปรการกระตุ้นให้มีการเสนอความคิดสร้างสรรค์ x_1 ตัวแปรระบบในการเผยแพร่ความคิดสร้างสรรค์ x_2 ตัวแปรการนำความคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบใหม่ x_3 ส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรปัจจัยในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta)

พบว่าปัจจัยบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมที่ส่งผลมากที่สุด ได้แก่ การนำความคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบใหม่ x_3 รองลงมาคือระบบในการเผยแพร่ความคิดสร้างสรรค์ x_2 และตัวแปรที่มีผลน้อยที่สุดคือ การกระตุ้นให้มีการเสนอความคิดสร้างสรรค์ x_1 โดยมีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) เท่ากับ 0.456 , 0.133 และ 0.077 ตามลำดับ

ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ข้างต้น สามารถนำมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 1.602 + 0.084(x_1) + 0.139(x_2) + 0.403(x_3)$$

จากสมการในรูปคะแนนดิบสามารถอธิบายได้ว่า ถ้าคะแนน ตัวแปรการกระตุ้นให้มีการเสนอความคิดสร้างสรรค์ x_1 และตัวแปรระบบในการเผยแพร่ความคิดสร้างสรรค์ x_2 และตัวแปรการนำความคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบใหม่ x_3 มีค่าเป็น 0 แล้ว คะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Y) จะมีค่า 1.602 โดยที่ถ้าคะแนนตัวแปรการกระตุ้นให้มีการเสนอความคิดสร้างสรรค์ x_1 เพิ่มขึ้น 1 หน่วยแล้ว คะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Y) จะเพิ่มขึ้น 0.084 เมื่อควบคุมตัวแปรระบบในการเผยแพร่ความคิดสร้างสรรค์ x_2 และควบคุมตัวแปรการนำความคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบใหม่ x_3 ไว้ และถ้าคะแนนตัวแปรระบบในการเผยแพร่ความคิดสร้างสรรค์ x_2 เพิ่มขึ้น 1 หน่วยแล้ว คะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Y) จะเพิ่มขึ้น 0.139 เมื่อควบคุมตัวแปรการกระตุ้นให้มีการเสนอความคิดสร้างสรรค์ x_1 และตัวแปรการนำความคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบใหม่ x_3 ไว้และถ้าคะแนนตัวแปรการนำความคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบใหม่ x_3 เพิ่มขึ้น 1 หน่วยแล้ว คะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Y) จะเพิ่มขึ้น 0.403 เมื่อควบคุมตัวแปรการกระตุ้นให้มีการเสนอความคิดสร้างสรรค์ x_1 และตัวแปรระบบในการเผยแพร่ความคิดสร้างสรรค์ x_2 ไว้

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.77(Z_{x1}) + 0.133(Z_{x2}) + 0.456(Z_{x3})$$

จากสมการในรูปคะแนนมาตรฐานสามารถอธิบายได้ว่า ถ้าคะแนนตัวแปรการกระตุ้นให้มีการเสนอความคิดสร้างสรรค์ Z_{x1} เพิ่มขึ้น 1 หน่วยคะแนนมาตรฐาน แล้วคะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Z) จะเพิ่มขึ้น 0.77 เมื่อควบคุมตัวแปรระบบในการเผยแพร่ความคิดสร้างสรรค์ Z_{x2} และตัวแปรการนำความคิดมา

พัฒนาเป็นต้นแบบใหม่ Z_{x3} ไว้ และถ้าคะแนนตัวแปรระบบในการเผยแพร่ความคิดสร้างสรรค์ Z_{x2} เพิ่มขึ้น 1 หน่วยคะแนนมาตรฐาน แล้วคะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Z) จะเพิ่มขึ้น 0.133 เมื่อควบคุมตัวแปรการกระตุ้นให้มีการเสนอความคิดสร้างสรรค์ Z_{x1} และตัวแปรการนำความคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบใหม่ Z_{x3} ไว้ และถ้าคะแนนตัวแปรการนำความคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบใหม่ Z_{x3} เพิ่มขึ้น 1 หน่วยคะแนนมาตรฐาน แล้วคะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Z) จะเพิ่มขึ้น 0.456 เมื่อควบคุมตัวแปรการกระตุ้นให้มีการเสนอความคิดสร้างสรรค์ Z_{x1} และตัวแปรระบบในการเผยแพร่ความคิดสร้างสรรค์ Z_{x2} ไว้

สมมติฐานที่ 4 แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

H_0 : แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

H_1 : แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ในการศึกษาความสัมพันธ์โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบการเลือกตัวแปรโดยวิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Regression) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตาราง 19 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณโดยรวมของปัจจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

R	R^2	R^2_{adj}	SE_b
.613	.376	.371	.502

*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 19 พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านการสร้างนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ในระดับปานกลาง คือ .613 สามารถอธิบายความผันแปรของปัจจัยแรงจูงใจด้านการสร้างนวัตกรรมได้ 37.6 % ด้วยค่า

ความคลาดเคลื่อนของการประมาณ .502 (หมายถึงความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการพยากรณ์โดยเฉลี่ย)

ตาราง 20 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระของปัจจัยแรงจูงใจด้านการสร้างนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	56.113	3	18.704	74.012	.000*
Residual	93.001	369	.253		
Total	149.115	372			

*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 20 พบว่าตัวแปรอิสระในปัจจัยแรงจูงใจด้านการสร้างนวัตกรรมอย่างน้อย 1 ตัว ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 21 ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรอิสระของปัจจัยแรงจูงใจด้านการสร้างนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

ปัจจัยแรงจูงใจด้านการสร้างนวัตกรรม	b	Std error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.880	.164		11.491	.000
แรงจูงใจด้านที่ไม่ใช่เงิน x_1	.255	.050	.308	5.065	.000
แรงจูงใจด้านการเงิน x_2	.134	.061	.171	2.191	.029
แรงจูงใจจากการกำหนดตัวชี้วัดผลงาน (KPI) x_3	.171	.055	.207	3.136	.002

*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 21 พบว่าค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบ (b) ของตัวแปรแรงจูงใจด้านที่ไม่ใช่เงิน x_1 ตัวแปรแรงจูงใจด้านการเงิน x_2 ตัวแปรแรงจูงใจจากการกำหนดตัวชี้วัดผลงาน

(KPI) x_3 ส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรปัจจัยในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่าปัจจัยแรงจูงใจด้านการสร้างนวัตกรรมที่ส่งผลมากที่สุด ได้แก่ แรงจูงใจด้านที่ไม่ใช่เงิน x_1 รองลงมาคือแรงจูงใจจากการกำหนดตัวชี้วัดผลงาน (KPI) x_3 และตัวแปรที่มีผลน้อยที่สุดคือ แรงจูงใจด้านการเงิน x_2 โดยมีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) เท่ากับ 0.308 , 0.207 และ 0.171 ตามลำดับ

ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ข้างต้น สามารถนำมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 1.880 + 0.255(x_1) + 0.134(x_2) + 0.171(x_3)$$

จากสมการในรูปคะแนนดิบสามารถอธิบายได้ว่า ถ้าคะแนน ตัวแปรแรงจูงใจด้านที่ไม่ใช่เงิน x_1 และตัวแปรแรงจูงใจด้านการเงิน x_2 และตัวแปรแรงจูงใจจากการกำหนดตัวชี้วัดผลงาน (KPI) x_3 มีค่าเป็น 0 แล้ว คะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Y) จะมีค่า 1.880 โดยที่ถ้าคะแนนตัวแปรแรงจูงใจด้านที่ไม่ใช่เงิน x_1 เพิ่มขึ้น 1 หน่วยแล้ว คะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Y) จะเพิ่มขึ้น 0.255 เมื่อควบคุมตัวแปรแรงจูงใจด้านการเงิน x_2 และควบคุมตัวแปรแรงจูงใจจากการกำหนดตัวชี้วัดผลงาน (KPI) x_3 ไว้ และถ้าแรงจูงใจด้านการเงิน x_2 เพิ่มขึ้น 1 หน่วยแล้ว คะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Y) จะเพิ่มขึ้น 0.134 เมื่อควบคุมตัวแปรแรงจูงใจด้านที่ไม่ใช่เงิน x_1 และตัวแปรแรงจูงใจจากการกำหนดตัวชี้วัดผลงาน (KPI) x_3 ไว้และถ้าคะแนนตัวแปรแรงจูงใจจากการกำหนดตัวชี้วัดผลงาน (KPI) x_3 เพิ่มขึ้น 1 หน่วยแล้ว คะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Y) จะเพิ่มขึ้น 0.171 เมื่อควบคุมตัวแปรแรงจูงใจด้านที่ไม่ใช่เงิน x_1 และตัวแปรแรงจูงใจด้านการเงิน x_2 ไว้

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.308(Z_{x1}) + 0.171(Z_{x2}) + 0.207(Z_{x3})$$

จากสมการในรูปคะแนนมาตรฐานสามารถอธิบายได้ว่า ถ้าคะแนนตัวแปรแรงจูงใจด้านที่ไม่ใช่เงิน Z_{x1} เพิ่มขึ้น 1 หน่วยคะแนนมาตรฐาน แล้วคะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Z) จะเพิ่มขึ้น 0.308 เมื่อควบคุมตัวแปร

แรงจูงใจด้านการเงิน Z_{x2} และตัวแปรแรงจูงจากการกำหนดตัวชี้วัดผลงาน (KPI) Z_{x3} ไว้ และถ้าคะแนนตัวแปรแรงจูงใจด้านการเงิน Z_{x2} เพิ่มขึ้น 1 หน่วยคะแนนมาตรฐาน แล้วคะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Z) จะเพิ่มขึ้น 0.171 เมื่อควบคุมตัวแปรแรงจูงใจด้านที่ไม่ใช่เงิน Z_{x1} และตัวแปรแรงจูงจากการกำหนดตัวชี้วัดผลงาน (KPI) Z_{x3} ไว้ และถ้าคะแนนตัวแปรแรงจูงจากการกำหนดตัวชี้วัดผลงาน (KPI) Z_{x3} เพิ่มขึ้น 1 หน่วยคะแนนมาตรฐาน แล้วคะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Z) จะเพิ่มขึ้น 0.207 เมื่อควบคุมตัวแปรแรงจูงใจด้านที่ไม่ใช่เงิน Z_{x1} และตัวแปรแรงจูงใจด้านการเงิน Z_{x2} ไว้

สำหรับการพิจารณาค่าสหสัมพันธ์พหุคูณโดยรวมของปัจจัยทั้งสามด้าน ได้แก่ ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ด้านบรรยากาศ และด้านแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ตาราง 22 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณโดยรวมของปัจจัยทั้งสามด้าน ได้แก่ ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ด้านบรรยากาศ และด้านแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

R	R^2	R^2_{adj}	SE_b
.652	.425	.420	.482

*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 22 พบว่า ปัจจัยทั้งสามด้าน ได้แก่ ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ด้านบรรยากาศ และด้านแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ในระดับปานกลาง คือ .652 สามารถอธิบายความผันแปรของปัจจัยทั้งสามด้าน ได้ 42.5 % ด้วยค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณ .482 (หมายถึงความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการพยากรณ์โดยเฉลี่ย)

ตาราง 23 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระของปัจจัยทั้งสามด้าน ได้แก่ ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ด้านบรรยากาศ และด้านแรงจูงใจ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	63.370	3	21.123	90.657	.000*
Residual	85.745	369	.233		
Total	149.115	372			

*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 23 พบว่าตัวแปรอิสระในปัจจัยทั้งสามด้าน ได้แก่ ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ด้านบรรยากาศ และด้านแรงจูงใจอย่างน้อย 1 ตัว ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 24 ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรอิสระของปัจจัยทั้งสามด้าน ได้แก่ ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ด้านบรรยากาศ และด้านแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

ปัจจัยทั้งสามด้าน ได้แก่ ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ด้านบรรยากาศ และด้านแรงจูงใจ	b	Std error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.046	.212		4.931	.000
ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร X_1	.208	.058	.193	3.569	.000
ด้านบรรยากาศ X_2	.172	.076	.146	2.272	.024
ด้านแรงจูงใจ X_3	.368	.049	.410	7.582	.000

*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 24 พบว่าค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบ (b) ของตัวแปรด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร X_1 ตัวแปรด้านบรรยากาศ X_2 ตัวแปรด้านแรงจูงใจ X_3 ส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรปัจจัยในรูปแบบ

คะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่าปัจจัยแรงจูงใจด้านการสร้างนวัตกรรมที่ส่งผลมากที่สุด ได้แก่ ด้านแรงจูงใจ x_3 รองลงมาคือด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร x_1 และตัวแปรที่มีผลน้อยที่สุดคือ ด้านบรรยากาศ x_2 โดยมีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) เท่ากับ 0.410 , 0.193 และ 0.146 ตามลำดับ

ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ข้างต้น สามารถนำมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 1.046 + 0.208(x_1) + 0.172(x_2) + 0.368(x_3)$$

จากสมการในรูปคะแนนดิบสามารถอธิบายได้ว่า ถ้าคะแนน ตัวแปรแรงจูงใจด้านที่ไม่ใช่ เงิน x_1 และตัวแปรแรงจูงใจด้านการเงิน x_2 และตัวแปรแรงจูงใจจากการกำหนดตัวชี้วัดผลงาน (KPI) x_3 มีค่าเป็น 0 แล้ว คะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Y) จะมีค่า 1.046 โดยที่ถ้าคะแนนตัวแปรด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร x_1 เพิ่มขึ้น 1 หน่วยแล้ว คะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Y) จะเพิ่มขึ้น 0.208 เมื่อควบคุมตัวแปรด้านบรรยากาศ x_2 และควบคุมตัวแปรด้านแรงจูงใจ x_3 ไว้ และถ้าตัวแปรด้านบรรยากาศ x_2 เพิ่มขึ้น 1 หน่วยแล้ว คะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Y) จะเพิ่มขึ้น 0.172 เมื่อควบคุมตัวแปรด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร x_1 และตัวแปรด้านแรงจูงใจ x_3 ไว้และถ้าคะแนนตัวแปรด้านแรงจูงใจ x_3 เพิ่มขึ้น 1 หน่วยแล้ว คะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Y) จะเพิ่มขึ้น 0.368 เมื่อควบคุมตัวแปรด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร x_1 และตัวแปรด้านบรรยากาศ x_2 ไว้

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.193(Z_{x1}) + 0.146(Z_{x2}) + 0.410(Z_{x3})$$

จากสมการในรูปคะแนนมาตรฐานสามารถอธิบายได้ว่า ถ้าคะแนนตัวแปรด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร Z_{x1} เพิ่มขึ้น 1 หน่วยคะแนนมาตรฐาน แล้วคะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Z) จะเพิ่มขึ้น 0.77 เมื่อควบคุมตัวแปรด้านบรรยากาศ Z_{x2} และตัวแปรด้านแรงจูงใจ Z_{x3} ไว้ และถ้าคะแนนตัวแปรด้านบรรยากาศ Z_{x2} เพิ่มขึ้น 1 หน่วยคะแนนมาตรฐาน แล้วคะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Z) จะเพิ่มขึ้น 0.133 เมื่อควบคุมตัวแปรด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร Z_{x1} และตัวแปรการด้านแรงจูงใจ Z_{x3} ไว้ และถ้าคะแนนตัวแปรด้านแรงจูงใจ Z_{x3}

เพิ่มขึ้น 1 หน่วยคะแนนมาตรฐาน แล้วคะแนนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Z) จะเพิ่มขึ้น 0.456 เมื่อควบคุมตัวแปรด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร Z_{x1} และตัวแปรด้านบรรยากาศ Z_{x2} ไว้

ตาราง 25 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ประสบการณ์การทำงาน ตำแหน่งที่รับผิดชอบ ที่ต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)		
1.1 พนักงานที่มีเพศต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน	t-test	ยอมรับสมมติฐาน
1.2 พนักงานที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน	One Way ANOVA	ยอมรับสมมติฐาน
1.3 พนักงานที่มีตำแหน่งที่ต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน	t-test	ยอมรับสมมติฐาน
2 การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	Multiple Regression	ยอมรับสมมติฐาน
3 บรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กร มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	Multiple Regression	ยอมรับสมมติฐาน
4 แรงจูงใจทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	Multiple Regression	ยอมรับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่องการปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษา เปรียบเทียบแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นและนำเสนอไว้ในบทที่ 2 หลังจากได้ผลการวิจัยแล้วสามารถสรุปผลการวิจัย โดยแบ่งเป็นหัวข้อในการสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 372 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยที่เพศหญิงมีจำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานอยู่ในช่วง 4-7 ปี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมาเป็นช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 ปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 มีตำแหน่งที่รับผิดชอบส่วนใหญ่เป็นพนักงานทั่วไป จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 66.4 โดยกลุ่มตัวอย่างทั้ง 372 คน ผู้ตอบแบบสอบถามมาจากกลุ่มธุรกิจของบริษัททิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ทั้ง 9 บริษัทของ ได้แก่ TISCO Bank 199 คน Highway 77 คน TISCO Financial 27 คน TISCO IT 21 คน TISCO Insure 19 คน TISCO Asset 15 คน TISCO Securities 12 คน TISCO Learning Center 1 คน Allway 1 คน ตามลำดับ การหาความเที่ยง (Reliability) เพื่อวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นและวิเคราะห์คุณภาพของแบบสอบถาม ใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Alpha Cronbach' Coefficient) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามภาพรวมมีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.931

ปัจจัยการสนับสนุนจากผู้บริหารประกอบด้วย การสนับสนุนด้านงบประมาณ และการสนับสนุนด้านความรู้ โดยสำรวจความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการสนับสนุนจากผู้บริหาร พบว่าภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญ อยู่ในระดับสำคัญมาก และมีค่าเฉลี่ย 4.39 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมต่อการสนับสนุนด้านงบประมาณอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.44 และด้านรองลงมาคือ การสนับสนุนด้านความรู้ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.39 และ

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Alpha Cronbach' Coefficient) สำหรับแบบสอบถามด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.810

ปัจจัยบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรม ประกอบด้วย ระบบในการเผยแพร่ความคิดสร้างสรรค์ การนำความคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่และ การกระตุ้นให้มีการเสนอความคิดสร้างสรรค์ โดยสำรวจความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรม พบว่าภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และมีค่าเฉลี่ย 4.22 ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดคือ การนำความคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.25 ด้านเห็นด้วยรองลงมาคือ ระบบในการเผยแพร่ความคิดสร้างสรรค์ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.22 และด้านที่เห็นด้วยน้อยที่สุดคือ การกระตุ้นให้มีการเสนอความคิดสร้างสรรค์ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.22 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Alpha Cronbach' Coefficient) สำหรับแบบสอบถามด้านบรรยากาศในการสร้างนวัตกรรมค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.847

ปัจจัยแรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม ประกอบด้วยแรงจูงใจจากการกำหนดตัวชี้วัดผลงาน (KPI) แรงจูงใจด้านการเงิน และ แรงจูงใจด้านที่ไม่ใช่เงิน โดยสำรวจความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรม พบว่าภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และมีค่าเฉลี่ย 4.22 ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดคือ แรงจูงใจด้านที่ไม่ใช่เงิน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.29 ด้านเห็นด้วยรองลงมาคือ แรงจูงใจจากการกำหนดตัวชี้วัดผลงาน (KPI) โดยมีค่าเฉลี่ย 4.18 และด้านที่เห็นด้วยน้อยที่สุดคือ แรงจูงใจด้านการเงิน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.18 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Alpha Cronbach' Coefficient) สำหรับแบบสอบถามด้านแรงจูงใจในการสร้างนวัตกรรมค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.914

ปัจจัยพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมซึ่งประกอบด้วยการสนับสนุนจากผู้บริหาร บรรยากาศการสร้างนวัตกรรม และ แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม โดยสำรวจพนักงานที่มีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน พบว่า ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และมีค่าเฉลี่ย 4.25 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นโดยรวมต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยมากที่สุดในประเด็น การให้คำแนะนำบอกต่อสิ่งใหม่ๆแก่เพื่อนร่วมงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น ค่าเฉลี่ย 4.33 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากลำดับถัดมา ได้แก่ การยอมรับคำแนะนำและนำไปปรับใช้ให้

เกิดประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น ค่าเฉลี่ย 4.30 และ แนวคิดที่จะเสนอผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการใหม่ให้ผู้บริหาร ค่าเฉลี่ย 4.28 และ การเป็นผู้นำในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือเปลี่ยนแปลงกระบวนการการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ค่าเฉลี่ย 4.28 และ การชี้แนะเพื่อนร่วมงานถึงรูปแบบการทำงานที่รวดเร็วและลดข้อผิดพลาด ค่าเฉลี่ย 4.28 และ ความต้องการให้บริษัทจัดสรรเวลาว่างในการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่มีในปัจจุบัน ค่าเฉลี่ย 4.28 และ ความสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้สิ่งใหม่ๆที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น ค่าเฉลี่ย 4.27 และ การติดตามข่าวสารหรือเทคโนโลยีเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ค่าเฉลี่ย 4.25 และ การเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท ค่าเฉลี่ย 4.23 และผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ได้แก่ ความสนใจที่จะเผยแพร่ความคิด หรือไอเดียในการทำงานในรูปแบบต่างๆ เช่น Blogger, Social ค่าเฉลี่ย 4.19 และการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการใหม่ออกมาในรูปแบบ Prototype ค่าเฉลี่ย 4.17 และ ความสนใจปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีในปัจจุบัน ค่าเฉลี่ย 4.17 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Alpha Cronbach' Coefficient) สำหรับแบบสอบถามด้านพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.926

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ประสบการณ์การทำงาน ตำแหน่งที่รับผิดชอบ ที่ต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1.1 พนักงานที่มีเพศต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

จากผลการศึกษาพบว่า เพศที่ต่างกัน ได้แก่ เพศชายกับเพศหญิงมีความคิดเห็นที่มีผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.2 พนักงานที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

จากผลการศึกษาพบว่า ประสบการณ์การทำงานที่ต่างกัน ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 ปี กับ ประสบการณ์การทำงาน 4-7 ปี กับ ประสบการณ์การทำงาน 8-12 ปี และ ประสบการณ์การทำงานมากกว่า 12 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นที่มีผลต่อพฤติกรรมเชิง

นวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.3 พนักงานที่มีตำแหน่งที่ต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

จากผลการศึกษาพบว่า ตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน ได้แก่ หัวหน้ากับพนักงานทั่วไปมีความคิดเห็นที่มีผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

จากผลการศึกษาอิทธิพลของการสนับสนุนจากผู้บริหารด้านนวัตกรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) พบว่า การสนับสนุนจากผู้บริหารส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3 บรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กร มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

จากผลการศึกษาอิทธิพลของบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) พบว่า บรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กรส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4 แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

จากผลการศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) พบว่า แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

นอกจากนี้เมื่อนำปัจจัยทั้งสามด้าน ได้แก่ ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ด้านบรรยากาศ และด้านแรงจูงใจ มาวิเคราะห์ร่วมกันในการหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) พบว่า ด้านที่มีอิทธิพลต่อ

พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมมากที่สุด คือด้านแรงจูงใจ รองลงมาคือด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร และด้านที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมน้อยที่สุดคือ ด้านบรรยากาศ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) พบว่า เพศ ประสบการณ์การทำงาน และ ตำแหน่งงานที่รับผิดชอบ ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมที่ต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากลักษณะความชอบของแต่ละเพศ ประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมา และ ตำแหน่งที่รับผิดชอบ ย่อมมีความสนใจเรียนรู้นวัตกรรมใหม่ที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งสอดคล้องตามงานวิจัย (นาฏวดี, 2524) ได้กล่าวไว้ว่า ลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อการแสดงออกของพฤติกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ

ปัจจัยด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) พบว่า ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการสนับสนุนจากผู้บริหารที่สนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 4.39) โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุดคือการสนับสนุนด้านงบประมาณ โดยเรื่องที่ได้รับมีความสำคัญมากที่สุด คือ การให้งบประมาณในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.48) เนื่องจากการค้นคว้าหรือวิจัยหาสิ่งใหม่จำเป็นต้องมีการสนับสนุนด้านทุนทรัพย์จากผู้บริหาร และ รองลงมาคือการสนับสนุนด้านความรู้ โดยเรื่องที่ได้รับมีความสำคัญมากที่สุด คือ การจัดให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.42) เนื่องจากหากผู้บริหารสนับสนุนช่วงเวลาให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างหน่วยงานหรือตัวพนักงานจะก่อให้เกิดการแบ่งปันวิธีการทำงานใหม่หรือการแนะนำสิ่งใหม่ที่น่าไปประยุกต์ใช้กับงานให้มีประสิทธิภาพได้มากขึ้นซึ่งผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง การสนับสนุนจากผู้บริหารของ(ภาวิวัฒน์, 2547) ซึ่งกล่าวไว้ว่า ผู้บริหารเป็นผู้มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการเปลี่ยนแปลงขององค์กรในการสนับสนุนให้พนักงานมีความรู้สึกร่วมกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการปฏิบัติงานเพื่อให้มีประสิทธิภาพการทำงานเพิ่มขึ้น

ปัจจัยด้านบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กร มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กรอยู่ในระดับเห็นด้วย

มาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุดคือการนำความคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.25) โดยเรื่องที่ได้รับความสำคัญมากที่สุด คือ องค์กรมีการยอมรับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นจากพนักงานทุกระดับ (ค่าเฉลี่ย 4.32) เนื่องจากบรรยากาศแห่งการเรียนรู้คือ การเปิดใจ รับฟัง แนะนำต่อ และปรับใช้งานเข้ากับงานที่รับผิดชอบซึ่งจะนำไปสู่บรรยากาศแห่งการสร้างความคิดสร้างสรรค์ก่อให้เกิดเป็นนวัตกรรม รองลงมาคือระบบในการเผยแพร่ความคิดสร้างสรรค์ (ค่าเฉลี่ย 4.22) โดยเรื่องที่ได้รับความสำคัญมากที่สุด คือ องค์กรมีทีมงานที่ช่วยเหลือและสนับสนุนในการคิดค้นความคิดใหม่เพื่อพัฒนาองค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.37) เนื่องจากการมีทีมงานสนับสนุนจะทำให้การค้นคว้า วิจัย ผู้คิดค้นจะมีผู้ช่วยและมีบรรยากาศการทำงานเป็น Teamwork และเห็นด้วยน้อยสุดคือ การกระตุ้นให้มีการเสนอความคิดสร้างสรรค์ (ค่าเฉลี่ย 4.22) โดยเรื่องที่ได้รับความสำคัญมากที่สุด คือ องค์กรจัดให้มีการแข่งขันเสนอไอเดียในการพัฒนาองค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.38) เนื่องจากการจัดให้มีการแข่งขันนำเสนอไอเดียสำหรับพัฒนาองค์กรอยู่เสมอจะทำให้เกิดความตื่นตัว ไม่ซ้ำและได้แนวคิดใหม่ในการทำงาน ผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง บรรยากาศในการสร้างนวัตกรรมของ (ธีรยุส, 2548) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าบรรยากาศการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และรับนวัตกรรมจากภายนอกคือการเปิดรับแนวคิดใหม่จากภายนอกซึ่งจะทำให้แนวคิดใหม่ๆเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและหลากหลายมากกว่ารวมถึงอาจจะมีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าการพัฒนาเองทั้งหมด

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อแรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมในองค์กรอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุดคือแรงจูงใจด้านที่ไม่ใช่เงิน (ค่าเฉลี่ย 4.29) โดยเรื่องที่ได้รับความสำคัญมากที่สุด คือ การได้รับสิทธิบัตรในการเป็นเจ้าของผลงานนวัตกรรมนั้นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.38) เนื่องจากการส่งเสริมให้มีการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์โดยให้การตอบแทนเป็นรางวัลของสิทธิบัตรในการเป็นเจ้าของผลงานนั้นจะเป็นแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานอยากนำเสนอผลงานให้เป็นที่ยอมรับและนำมาพัฒนาองค์กรต่อไป รองลงมาคือแรงจูงใจจากการกำหนดตัวชี้วัดผลงาน (KPI) (ค่าเฉลี่ย 4.18) โดยเรื่องที่ได้รับความสำคัญมากที่สุด คือ องค์กรมีการตั้งเป้าหมายในการสร้างนวัตกรรมกับพนักงานอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.24) เนื่องจากการจะสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมนั้นอาจไม่สามารถสร้างได้ภายในเวลาอันสั้นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมมีกิจกรรมอย่างต่อเนื่องในการนำเสนอไอเดียสร้างสรรค์ต่างๆ และเห็นด้วยน้อยสุดคือ แรงจูงใจด้านการเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.18) โดยเรื่องที่ได้รับความสำคัญมากที่สุด คือ การได้รับผลตอบแทนที่

สูงขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.25) เนื่องจากค่าตอบแทนที่สูงขึ้นเป็นแรงจูงใจที่จะคอยผลักดันให้พนักงานมีการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาองค์กรต่อไปได้ ผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง แรงจูงใจในการสร้างนวัตกรรมของ (อินเตริยะ, 2560) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า แรงจูงใจในการสร้างนวัตกรรม แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1.รางวัลที่เป็นตัวเงิน (Monetary Rewards) 2.สิ่งจูงใจทางอาชีพ (Career Incentives) 3.รางวัลทางสังคม (Social Rewards) 4. รางวัลด้านจิตใจ (Intrinsic Rewards)

การศึกษาระดับความคิดเห็นด้านพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุดคือการให้คำแนะนำบอกต่อสิ่งใหม่ๆแก่เพื่อนร่วมงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.33) เนื่องจากการสื่อสาร แบ่งปันข้อมูลหรือแนวทางในการปฏิบัติงานใหม่ให้กับพนักงานรับทราบและปรับใช้จะมีผลให้เกิดเป็นนวัตกรรมในองค์กรที่ทำให้กระบวนการภายในองค์กรมีประสิทธิภาพสูงขึ้น รองลงมาคือการยอมรับคำแนะนำและนำไปปรับใช้ให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.30) เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นไม่ได้หากไม่มีการนำไปปรับใช้ ซึ่งการคิดค้นนวัตกรรมใหม่นั้นหากผ่านการคัดเลือกกว่าวิธีการทำงานใหม่ที่ลดขั้นตอน และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานย่อมควรนำไปปรับใช้ให้เป็นวิธีการทำงานใหม่ ผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง พฤติกรรมในการสร้างนวัตกรรมของ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2556) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมคือ การแสวงหาเทคโนโลยีใหม่ แนะนำกลยุทธ์ใหม่เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย วิธีการทำงานใหม่ และสนับสนุนการจัดซื้อจัดหาทรัพยากรเพื่อใช้สร้างความคิดที่แปลกใหม่

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) พบว่า เมื่อนำปัจจัยทั้งสามด้าน ได้แก่ ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ด้านบรรยากาศ และด้านแรงจูงใจ มาวิเคราะห์ร่วมกันในการหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) พบว่า ด้านที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมมากที่สุด คือด้านแรงจูงใจ (ค่า Beta 0.410) รองลงมาคือด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร (ค่า Beta 0.193) และด้านที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมน้อยที่สุดคือ ด้านบรรยากาศ (ค่า Beta 0.146) โดยทั้งสามปัจจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า การสนับสนุนจากผู้บริหาร บรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรม และแรงจูงใจทำให้เกิดพฤติกรรมที่

เป็นนวัตกรรมส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ในทิศทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ได้ดังนี้

1. องค์กรควรส่งเสริมและให้การสนับสนุนด้านสิทธิบัตรในการเป็นเจ้าของผลงาน และจัดให้มีการสนับสนุนด้านงบประมาณ รวมถึงองค์กรควรเปิดรับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นจากพนักงานทุกระดับเพื่อให้พนักงานมีส่วนร่วมในการนำเสนอคิด แบ่งปันไอเดียเกี่ยวกับนวัตกรรมในองค์กรเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานใหม่ หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพการทำงานเพิ่มขึ้น หรือส่งผลให้ผลกำไรมากขึ้น

2. ด้านพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานในองค์กร ทางองค์กรควรจัดให้มีช่วงเวลาในการแบ่งปันไอเดีย บอกเล่าประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมา การให้คำแนะนำบอกต่อสิ่งใหม่ๆ ที่ได้ไปเรียนรู้วิธีการทำงานที่ดีแก่เพื่อนร่วมงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น

3. จากผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า อิทธิพลของแรงจูงใจในการสร้างนวัตกรรมส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมมากที่สุด ดังนั้นองค์กรควรให้ความสำคัญกับการสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานเพื่อให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นหรือแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างพนักงาน ตลอดจนสามารถคิดค้นผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการใหม่ๆ ได้จนสามารถแข่งขันได้

สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปต่อยอดในทัศนะที่กว้างมากขึ้น ควรศึกษากับตัวแปรอื่นๆ ที่อาจมีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาอยู่ เช่น ความผูกพัน เพราะความผูกพันนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ ทัศนคติและค่านิยมของพนักงานที่มีต่อองค์กร ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน เนื่องจาก พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานจะมีการเสริมสร้างให้ ความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติ ตลอดจนวิธีการทำงานใหม่ๆ เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าอิทธิพลของความผูกพันอาจมีผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานได้ เป็นต้น

บรรณานุกรม

- Alderfer. (2515). Existence relatedness and growth.
- Baofu, P. (2552). *The Future of Post-human Creative Thinking : A Preface to a New Theory of Invention and Innovation*: Cambridge Scholars Publishing.
- Graham, L. M. (2557). Social Exchange Theory. In *The Social History of the American Family: An Encyclopedia* (pp. 1204-1205).
- Hur, Y. (2502). Testing Herzberg's Two-Factor Theory of Motivation in the Public Sector: Is it Applicable to Public Managers? *Public Organization Review*, 18(3), 329-343.
- Roderic. (2550). *A Climate of success: Creating the right organizational climate for high performance*. Oxford: Taylor & Francis Ltd.
- Senge, P. (2543). องค์การแห่งการเรียนรู้.
- ณัฐฐพันธ์. (2551). พฤติกรรมองค์การ = *Organizational behaviors*: กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ธนกฤต. (2557). ปัจจัยด้านองค์การที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงานเพื่อรองรับเศรษฐกิจอาเซียนของกลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปเนื้อสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธัชวิชญ์. (2557). ผลกระทบของการรับรู้การสนับสนุนการจัดการบุคลากรที่มีความสามารถพิเศษ ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน บริษัทผู้ผลิตพลาสติกเพื่อการบรรจุภัณฑ์. มหาวิทยาลัยศิลปากร สำนักหอสมุดกลาง.
- ธีรยุทธ. (2548). การบริหารเชิงกลยุทธ์และการแข่งขัน. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้จัดจำหน่าย.
- ธีรวิทย์ และ ประพันธ์. (2559). ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตการทำงาน บรรยากาศองค์การ และความผูกพันต่อองค์การ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การของบุคลากร บริษัทเมืองโบราณ จำกัด. 27(1).
- นาฏวดี. (2524). การรับรู้ความสามารถของตนเอง รูปแบบความคิดสร้างสรรค์ และปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม : กรณีศึกษา บริษัทผู้ให้บริการคำปรึกษาและพัฒนาาระบบคอมพิวเตอร์แห่งหนึ่ง. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สำนักหอสมุด.
- พสุ. (2546). กลยุทธ์ใหม่ในการจัดการ = *Retooling the new strategy* (พิมพ์ครั้งที่ 1.): กรุงเทพฯ : ผู้จัดการ.

พิชัย. (2538). การเปลี่ยนแปลงองค์กร. เพิ่มผลผลิต ปีที่ 34, ฉบับที่ 12 (พ.ย.-ธ.ค. 2538), หน้า 26-31.

พิชัย. (2542). การเปลี่ยนแปลงรูปแบบแนวความคิดใหม่. เพิ่มผลผลิต ปีที่ 39, ฉบับที่ 2 (ธ.ค. 2542-ม.ค. 2543), หน้า 19-27.

ภาวิวัฒน์. (2547). การเปลี่ยนแปลงองค์กร.

ศิวพร. (2556). พฤติกรรมของผู้นำและสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งผลต่อความสร้างสรรค์ในงานของบุคลากร กรณีศึกษา องค์การธุรกิจไทยที่มีนวัตกรรมยอดเยี่ยมปี 2552. *NIDA Development Journal*.

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2556). ดัชนีชี้วัดนวัตกรรมร้อยละ (พิมพ์ครั้งที่ 1..): กรุงเทพฯ : สำนัก.

อริยา. (2546). แรงจูงใจและอารมณ์: ม.ป.ท. : ม.ป.พ.,.

อินทรีย์ยะ. (2560). ทูทางสังคม Social Capital. *Narkbhutparitat Journal Nakhon Si Thammarat Rajabhat University*.



ภาคผนวก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทีเอสโกไฟแนนเชียล กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)”

ส่วนที่ 1 โปรดใส่เครื่องหมาย✓ ในช่องคำตอบตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
ข้อมูลทั่วไป

1.เพศ ☐ หญิง ☐ ชาย

2.ประสบการณ์การทำงาน

☐ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 ปี ☐ 4 – 7 ปี

☐ 8 – 12 ปี ☐ มากกว่า 12 ปีขึ้นไป

3.ตำแหน่งที่รับผิดชอบ

☐ หัวหน้า ☐ พนักงานทั่วไป

4.กลุ่มธุรกิจภายใน TISCO Group

☐ TISCO Financial Group ☐ TISCO BANK

☐ TISCO Securities ☐ TISCO Asset

☐ TISCO IT ☐ TISCO Insure

☐ TISCO Learning Center ☐ Highway ☐ Allway

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามส่วนนี้ เป็นการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย การสนับสนุนของผู้บริหาร โดยการประเมินระดับความสำคัญของด้านต่างๆ และสำหรับ บรรยาภาคน้องค์กร, แรงจูงใจในการสร้างนวัตกรรม ใช้การประเมินระดับความคิดเห็นด้านต่างๆ มีดังนี้

การประเมินระดับความสำคัญ

1 หมายถึง ไม่สำคัญ

2 หมายถึง ค่อนข้างน้อย

3 หมายถึง ปานกลาง

4 หมายถึง ค่อนข้างมาก

5 หมายถึง สำคัญมาก

การประเมินระดับความคิดเห็น

1 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

2 หมายถึง ค่อนข้างไม่เห็นด้วย

3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

4 หมายถึง ค่อนข้างเห็นด้วย

5 หมายถึง เห็นด้วยมาก

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย✓ ในช่องคำตอบตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1.การสนับสนุนของผู้บริหาร	ระดับความสำคัญของการให้การสนับสนุน				
	5	4	3	2	1
	สำคัญ มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	ไม่ สำคัญ
1. การสนับสนุนด้านงบประมาณ					
1.1 การให้งบประมาณในการคิดค้น นวัตกรรมใหม่					

1.2 การให้งบประมาณในการศึกษาความรู้ใหม่จากภายนอก					
1.3 การให้งบประมาณในการสร้างสิ่งใหม่ๆให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น					
2. การสนับสนุนด้านความรู้					
2.1 การจัดให้มีแหล่งค้นคว้าหาความรู้					
2.2 การจัดให้มีวิทยากรจากภายนอกมาให้ความรู้					
2.3 การจัดให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างพนักงาน					
2.บรรยากาศในการทำงาน	ระดับความคิดเห็นต่อบรรยากาศในการทำงาน				
	5 เห็นด้วยมาก	4 ค่อนข้างเห็นด้วย	3 เห็นด้วยปานกลาง	2 ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	1 ไม่เห็นด้วย

1. ระบบในการเผยแพร่ความคิดสร้างสรรค์					
1.1 องค์กรมีทีมงานที่ช่วยเหลือ และสนับสนุนในการคิดค้นความคิดใหม่ๆ เพื่อพัฒนาองค์กร					
1.2 องค์กรมีช่องทางในการสื่อสารผลงานที่ได้รับคัดเลือกให้เป็นตัวอย่าง					
1.3 องค์กรมีช่องทางให้เสนอความคิดสร้างสรรค์ที่ง่ายต่อการเรียนรู้และใช้งาน					
2. การนำความคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่					
2.1 องค์กรมีการคัดเลือกความคิดสร้างสรรค์ที่ดีที่สุดมาพัฒนาต้นแบบของ Product / Service					
2.2 องค์กรมีการยอมรับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นจากพนักงานทุกระดับ					
2.3 องค์กรมีความพร้อมในการสนับสนุนในด้านเครื่องมือและบุคลากรในการพัฒนา Product / Service ให้เกิดขึ้นจริง					

3. การกระตุ้นให้มีการเสนอความคิดสร้างสรรค์					
3.1 องค์กรจัดให้มีกิจกรรมแข่งขันเสนอไอเดียเดียวในการพัฒนาองค์กร					
3.2 ลักษณะงานของท่านสนับสนุนให้ท่านสร้างผลงานจากแนวคิดใหม่ๆ					
3.3 องค์กรจัดให้มีสภาพแวดล้อมและทัศนียภาพที่เอื้อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์					
3.แรงจูงใจ	ระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจ				
	5 เห็นด้วยมาก	4 ค่อนข้างเห็นด้วย	3 เห็นด้วยปานกลาง	2 ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	1 ไม่เห็นด้วย
1. แรงจูงใจจากการกำหนดตัวชี้วัดผลงาน (KPI)					

1.1 องค์การมีการตั้งเป้าหมายในการสร้างนวัตกรรมกับพนักงานอย่างต่อเนื่อง					
1.2 องค์การมีการวัดประเมินผลในการสร้างสรรค์ผลงานที่ชัดเจน					
2. แรงจูงใจด้านการเงิน					
2.1 องค์การมีการกำหนดระบบการให้รางวัลสำหรับการมีส่วนร่วมในการเสนอความคิด					
2.2 การได้รับค่าตอบแทนที่สูงขึ้น					
2.3 การแบ่งสัดส่วนกำไรจากผลงาน					
3. แรงจูงใจด้านที่ไม่ใช่เงิน					
3.1 การได้รับการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง					
3.2 การได้รับการยกย่องชมเชยจากองค์กร					
3.3 การได้สิทธิบัตรในการเป็นเจ้าของผลงานนวัตกรรมนั้นๆ					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามส่วนนี้ เป็นการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดยการประเมินระดับความคิดเห็นของด้านต่างๆ มีดังนี้

1 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

2 หมายถึง ค่อนข้างไม่เห็นด้วย

3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

4 หมายถึง ค่อนข้างเห็นด้วย

5 หมายถึง เห็นด้วยมาก

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย✓ ในช่องคำตอบตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

พฤติกรรมเชิงนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
	เห็น ด้วย มาก	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เห็นด้วย ปาน กลาง	ค่อนข้าง ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย
1.ท่านมีแนวคิดที่จะเสนอ ผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการใหม่ให้ ผู้บริหาร					
2.ท่านพร้อมจะนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการใหม่ออกมาใน รูปแบบ Prototype					
3.ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการ ของบริษัทในปัจจุบันสามารถ พัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงได้อีกมาก					

4.ท่านยินดีที่จะเป็นผู้นำในการ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือ เปลี่ยนแปลงกระบวนการการ ทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น					
5.ท่านติดตามข่าวสารหรือ เทคโนโลยีเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ ในการทำงานให้มีประสิทธิภาพ เพิ่มขึ้น					
6.ท่านยอมรับคำแนะนำและนำไป ปรับใช้ให้เกิดประสิทธิภาพในการ ทำงานเพิ่มขึ้น					
7.ท่านให้คำแนะนำบอกต่อสิ่ง ใหม่ๆแก่เพื่อนร่วมงานเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น					
8.ท่านมักจะคอยชี้แนะเพื่อน ร่วมงานถึงรูปแบบการทำงานที่ รวดเร็วและลดข้อผิดพลาด					
9.ท่านสนใจจะเผยแพร่ความคิด หรือไอเดียในการทำงานในรูปแบบ ต่างๆ เช่น Blogger, Social					

10.ท่านสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้สิ่งใหม่ๆที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น					
11.ท่านสนใจปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่มีในปัจจุบัน					
12.ท่านต้องการให้บริษัทจัดสรรเวลารว่างในการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่มีในปัจจุบัน					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ภัทรพล อังคนานุวัฒน์
วัน เดือน ปี เกิด	08 เมษายน 2533
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรีวิศวกรรมศาสตร์ คอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้า ธนบุรี
ที่อยู่ปัจจุบัน	4768 ถนนพระราม 4 พระโขนง คลองเตย กทม

