



ปัจจัยด้านองค์กรที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม

ในการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา : บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

THE ORGANIZATIONAL FACTORS RELATED TO THE INNOVATIVE
BEHAVIOR IN THE PRACTICES A CASE STUDY OF THAILAND POST
COMPANY LIMITED

อำพร พันมะณี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ปัจจัยด้านองค์การที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม
ในการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา : บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

อำพร พันมะณี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2562
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

THE ORGANIZATIONAL FACTORS RELATED TO THE INNOVATIVE
BEHAVIOR IN THE PRACTICES A CASE STUDY OF THAILAND POST
COMPANY LIMITED

AMPORN PANMANEE

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR THE MASTER DEGREE

OF FACULTY OF BUSINESS

RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY KRUNGTHAP

ACADEMIC YEAR 2019

COPYRIGHT OF RAJAMANGALA UNIVERSITY
OF TECHNOLOGY KRUNGTHAP

ชื่อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยด้านองค์กรที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม
โดย	ในการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา : บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด
สาขาวิชา	อำพร พันมะณี
อาจารย์ที่ปรึกษา	-
	ดร.สมศักดิ์ บุตรสาคร

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิงแก้ว เอี่ยมแฉล้ม)

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ)

..... กรรมการ
(ดร.คุณากร ไวยวุฒิ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ
(ดร.สมศักดิ์ บุตรสาคร)

Independent study	THE ORGANIZATIONAL FACTORS RELATED TO THE INNOVATIVE BEHAVIOR IN THE PRACTICES A CASE STUDY OF THAILAND POST COMPANY LIMITED
Author	Amporn Panmanee
Major	-
Advisor	Dr.Somsak Butsakorn

Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology
krungthep approved this Independent study as partial fulfillment of the requirements
for the master degree of Business Administration.

.....Dean of Faculty of Business Administration
(Assistant Professor Dr. Kingkaew Eiamchalam)

Examination Committee

..... Examination Committee Chairperson
(Assistant Professor Dr. Thanawan Sangsuwan)

.....Committee
(Dr.Kunakorn Waiyawout)

.....Committee and Advisor
(Dr.Somsak Butsakorn)

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องด้วยผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจาก ดร.สมศักดิ์ บุตรสาคร อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำงานวิจัยฉบับนี้นับตั้งแต่เริ่มดำเนินการตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้ทำการศึกษาวินิจฉัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะกรรมการทุกท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ ดร.คุณากร ไวยวุฒิ ดร.เชิงชาย สุวรรณภูมิ คุณมัทนา มั่นคง และคุณวรินทร์ทิพย์ สายสาระ ที่ช่วยแนะนำ ปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ตลอดจนเจ้าหน้าที่หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพทุกท่าน ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการศึกษางานวิจัยแบบอิสระฉบับนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้บริหาร และบุคลากรของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่กรุณาการให้ข้อมูลและเสียสละเวลาในตอบแบบสอบถามเพื่อให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วง

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณมารดา ครอบครัวพินมะณี และครอบครัวเรืองทรัพย์ ที่คอยเป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนในการทำวิจัยครั้งนี้ เพื่อนร่วมงาน นักศึกษา MBA รุ่น 3 และเพื่อนสนิท นางสาววิศราพร รัตนสกุลรัตน์ ที่คอยให้คำปรึกษา คำแนะนำ และความห่วงใยเสมอมาตลอดจนบุคคลที่ไม่ได้กล่าวถึงที่ทำให้การศึกษางานวิจัยแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

อำพร พินมะณี

ชื่อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยด้านองค์กรที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด
โดย	อำพร พันมะณี
สาขาวิชา	-
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.สมศักดิ์ บุตรสาคร
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน และความสัมพันธระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 405 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้การทดสอบด้วยค่าสถิติ T-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One way Analysis of Variance โดยการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test และเปรียบเทียบด้วยวิธี LSD ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้วยค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson product-moment correlation coefficient) ทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานระดับความคิดเห็นของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในปัจจัยด้านองค์กรทั้ง 3 ด้าน พบว่า ปัจจัยองค์กรด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมอยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กรในระดับปานกลาง และการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐานระดับความคิดเห็นของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน พบว่า พนักงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการสร้างความคิด ด้านการทำให้ความคิดเป็นจริง และด้านการนำเสนอความคิดอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง การสนับสนุนของผู้บริหารด้าน

นวัตกรรม แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม และบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร และพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม, ปัจจัยด้านองค์กร, บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด



Independent study	The Organization factors related to the innovative behavior in the practices A Case Study of Thailand Post Company Limited
Author	Amporn Panmanee
Major	-
Advisor	Dr. Somsak Butsakorn
Academic Year	2019

Abstract

The purpose of this research was to study the level of innovation behavior in the performance of employees. And the relationship between organizational factors and working innovation behavior of Thailand Post Company Limited employees. The researcher used the questionnaire as a tool for data collection. The sample group used in the research was employees of Thai Postal Company Limited with 405 respondents. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation. The relationship analysis uses T-test and One-way Analysis of Variance by using F-test and LSD comparison to find the relationship between organizational factors and Pearson product-moment correlation coefficient of behavioral innovation in work performance with the statistical significance of 0.05

The results of the hypothesis testing of the opinions of the employees of the Thailand Post Company Limited on all three aspects of the organization found that the organizational factors of motivation causing innovative behavior were at a high level. Next is the atmosphere of innovation in the organization at a moderate level. And the support of innovation executives Moderate

The results of the hypothesis testing of the opinions of the Thailand Post Company Limited employees on the innovation behavior in the operation showed that the employees of the Thailand Post Company Limited had the innovation behavior in the process of creating ideas. In making ideas come true And in the aspect of presenting ideas at a high level

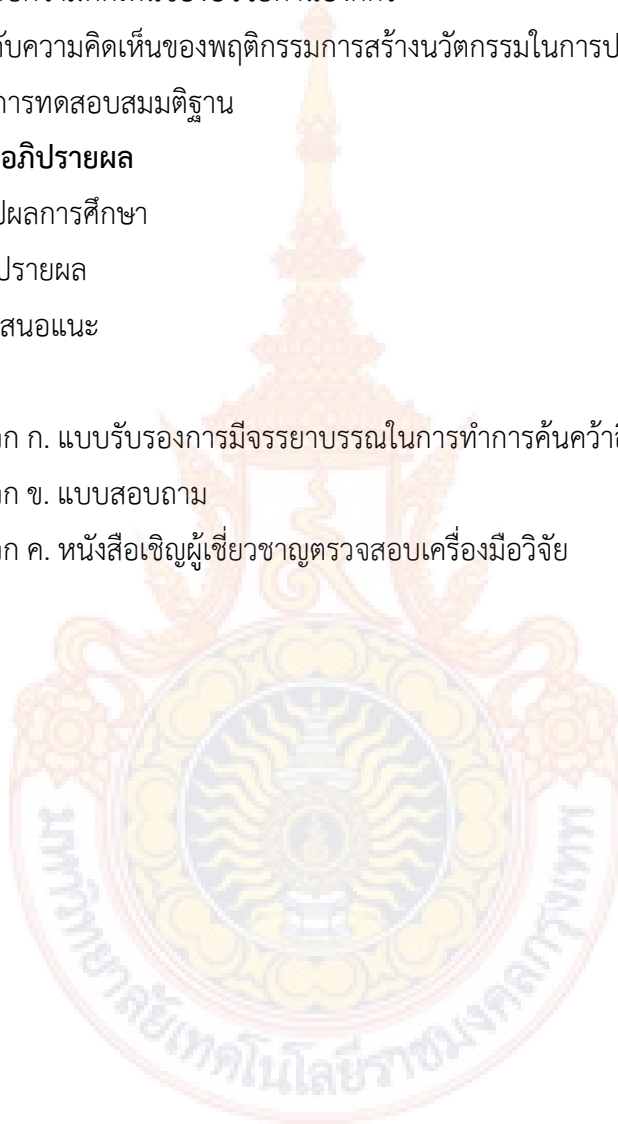
Keywords: innovation behavior, organizational factors, Thailand Post Company Limited

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อ	ข
ABSTRACT	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามหรือโจทย์การวิจัย	4
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.4 สมมติฐานการวิจัย	4
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.7 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 แนวคิดและทฤษฎีของการสนับสนุนจากผู้บริหาร	8
2.2 แนวคิดและทฤษฎีของแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม	10
2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร	15
2.4 แนวคิดและทฤษฎีของพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม	17
2.5 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	21
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
2.7 กรอบแนวคิด	27
บทที่ 3 วิธีการดำเนินวิจัย	29
3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	29
3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	30
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	34
3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	38
4.1 ข้อมูลทั่วไปของบุคลากรผู้ตอบแบบสอบถาม	38
4.2 ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านองค์กร	41
4.3 ระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน	45
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน	47
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล	79
5.1 สรุปผลการศึกษา	79
5.2 อภิปรายผล	84
5.3 ข้อเสนอแนะ	85
ภาคผนวก	94
ภาคผนวก ก. แบบรับรองการมีจรรยาบรรณในการทำการค้นคว้าอิสระ	95
ภาคผนวก ข. แบบสอบถาม	98
ภาคผนวก ค. หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย	104
ประวัติผู้วิจัย	108



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของเครซี่และมอร์แกน	30
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละเพศ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	38
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละอายุ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละอายุการทำงาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม	40
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละสถานะ / ระดับตำแหน่ง ของผู้ตอบแบบสอบถาม	40
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละสังกัด ของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของการสนับสนุน ของผู้บริหารด้านนวัตกรรม/การสนับสนุนด้านความรู้	41
ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของการสนับสนุน ของผู้บริหารด้านนวัตกรรม/การสนับสนุนด้านผลตอบแทน	42
ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของการสนับสนุน ของผู้บริหารด้านนวัตกรรม/การสนับสนุนด้านงบประมาณ	42
ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของแรงจูงใจ ที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม/แรงจูงใจส่วนบุคคล	43
ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของแรงจูงใจที่ ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม/แรงจูงใจจากองค์กร	43
ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของบรรยากาศ ด้านนวัตกรรมในองค์กร	44
ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยสรุปของข้อมูลปัจจัยด้านองค์กร	44
ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ในการปฏิบัติงาน/การสร้างความคิด	45
ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ในการปฏิบัติงาน/การนำเสนอความคิด	46
ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ในการปฏิบัติงาน/การทำให้ความคิดเป็นจริง	46
ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยสรุปของข้อมูลพฤติกรรมการสร้าง นวัตกรรมในการปฏิบัติงาน	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.18 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรในการปฏิบัติงาน โดยรวมของพนักงาน ที่มีเพศแตกต่างกัน	48
ตารางที่ 4.19 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรในการปฏิบัติงาน โดยรวมของพนักงาน ที่มีอายุแตกต่างกัน	49
ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุของพนักงานกับปัจจัยองค์กร ด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม	50
ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุของพนักงานกับปัจจัยองค์กร ด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม	50
ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุของพนักงานกับปัจจัยองค์กร ด้านบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร	51
ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุของพนักงานกับปัจจัยองค์กรใน ภาพรวม	52
ตารางที่ 4.24 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรในการปฏิบัติงาน โดยรวมของพนักงาน ที่มีอายุการทำงานแตกต่างกัน	52
ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุการทำงาน of พนักงานกับปัจจัย องค์กรด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม	53
ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุการทำงาน of พนักงานกับปัจจัย องค์กรด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม	54
ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุการทำงาน of พนักงานกับปัจจัย องค์กรด้านบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร	55
ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุการทำงาน of พนักงานกับปัจจัย ด้านองค์กรในภาพรวม	56
ตารางที่ 4.29 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรในการปฏิบัติงาน โดยรวมของพนักงาน ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน	57
ตารางที่ 4.30 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรในการปฏิบัติงาน โดยรวมของพนักงาน ที่มีสถานะ/ระดับตำแหน่งแตกต่างกัน	58
ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของสถานะ/ระดับตำแหน่งของพนักงาน กับปัจจัยองค์กรด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.32 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรในการปฏิบัติงาน โดยรวมของพนักงาน ที่มีสังกัดปฏิบัติงานแตกต่างกัน	60
ตารางที่ 4.33 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมใน การปฏิบัติงานของพนักงาน ที่มีเพศแตกต่างกัน	61
ตารางที่ 4.34 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมใน การปฏิบัติงานของพนักงาน ที่มีอายุแตกต่างกัน	62
ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุของพนักงานกับพฤติกรรม การสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการสร้างความคิด	63
ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุของพนักงานกับพฤติกรรม การสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการนำเสนอความคิด	64
ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุของพนักงานกับพฤติกรรม การสร้างนวัตกรรมในภาพรวม	64
ตารางที่ 4.38 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการ ปฏิบัติงานของพนักงาน ที่มีอายุการทำงานแตกต่างกัน	65
ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุการทำงาน of พนักงานกับ พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการสร้างความคิด	66
ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุการทำงาน of พนักงานกับ พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการนำเสนอความคิด	67
ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุการทำงาน of พนักงานกับ พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการทำให้ความคิดเป็นจริง	68
ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุการทำงาน of พนักงานกับ พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในภาพรวม	68
ตารางที่ 4.43 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมใน การปฏิบัติงานของพนักงาน ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน	69
ตารางที่ 4.44 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมใน การปฏิบัติงานของพนักงาน ที่มีสถานะ/ระดับตำแหน่งแตกต่างกัน	70
ตารางที่ 4.45 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมใน การปฏิบัติงานของพนักงาน ที่มีสังกัดปฏิบัติงานแตกต่างกัน	71

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.46 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรม การสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการสร้างความคิด	72
ตารางที่ 4.47 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรม การสร้าง นวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการนำเสนอความคิด	74
ตารางที่ 4.48 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรม การสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการทำให้ความคิดเป็นจริง	75
ตารางที่ 4.49 สรุปผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรม การสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน	76
ตารางที่ 4.50 ตารางสรุปการวิเคราะห์ความคิดเห็นของพนักงานระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับปัจจัยด้านองค์กร	77
ตารางที่ 4.51 ตารางสรุปการวิเคราะห์ความคิดเห็นระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรม การสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน	77
ตารางที่ 4.52 ตารางสรุปการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรม การสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน	78



สารบัญภาพ

ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิด

หน้า

27



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาเศรษฐกิจตามนโยบายรัฐบาลด้วยวิสัยทัศน์ “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ที่มีการขับเคลื่อนปฏิรูปในด้านต่าง ๆ เพื่อจัดระบบการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าสามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามรูปแบบใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรงในปัจจุบันได้ ซึ่งรัฐบาลได้เปลี่ยนแนวคิดมาใช้โมเดลปฏิรูปเศรษฐกิจที่เรียกว่า “ประเทศไทย 4.0” กำหนดการขับเคลื่อนในลักษณะ “Innovative Driven Economy” มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญใน 3 มิติ คือ 1. เปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม 2. เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม 3. เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการ หรือ “Smart Enterprise” ซึ่งการแข่งขันไม่ได้ขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจ แต่เป็นการนำนวัตกรรมและไอเดียมาสร้างเป็นโมเดลธุรกิจที่เพิ่มคุณค่าและสร้างมูลค่าให้กับสินค้าหรือบริการ

“ประเทศไทย 4.0” เป็นการเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทยไปสู่ “Value-Based Economy” หรือ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” ซึ่งมุ่งเป้าหมายใน 5 กลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรม ประกอบด้วย 1. เทคโนโลยีการเกษตร (Agritech) เทคโนโลยีอาหาร (Foodtech) 2. เทคโนโลยีสุขภาพ (Healthtech) เทคโนโลยีการแพทย์ (Meditech) 3. เทคโนโลยีหุ่นยนต์ (Robotech) 4. อินเทอร์เน็ตออฟธิงส์ (IoT) เทคโนโลยีด้านการเงิน (Fintech) เทคโนโลยีด้านการศึกษา (Edutech) และมาร์เก็ตเพลส 5. เทคโนโลยีการออกแบบ (Designtech) เทคโนโลยีการท่องเที่ยว (Traveltech) ธุรกิจไลฟ์สไตล์ (Lifestyle Business) และการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ (Service Enhancing)

หนึ่งในบทบาทสำคัญและวิสัยทัศน์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมตั้งเป้าสู่การเป็นผู้นำในธุรกิจไปรษณีย์และโลจิสติกส์แบบครบวงจรในภูมิภาคอาเซียน คือ การเป็นเครือข่ายชีวิตและเศรษฐกิจไทย สนับสนุนทุกการเติบโตของทุกภาคส่วนด้วยการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายอย่างเต็มรูปแบบ สร้างโอกาสในการเข้าถึงบริการไปรษณีย์ให้กับคนไทยทุกคน พร้อมสนับสนุนนโยบายรัฐบาลไทยแลนด์ 4.0 ด้วยการยกระดับคุณภาพบริการไปสู่การเป็นไปรษณีย์ไทย 4.0

เริ่มจากการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าด้วยบริการที่เป็นเลิศ (Service Excellence) สำหรับบริการขนส่งที่เป็นรายได้หลักของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีความสำคัญและมีบทบาทมากขึ้นในยุคปัจจุบันที่การขายสินค้าออนไลน์ได้รับความนิยมมากตามแนวโน้มการขยายตัวของธุรกิจ e-Commerce โลก ส่งผลให้ที่ผ่านมาผู้ให้บริการจัดส่งสิ่งของรายใหม่เกิดขึ้นในตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะผู้ให้บริการข้ามชาติที่มีประสบการณ์การทำธุรกิจในลักษณะเดียวกันจากประเทศอื่น ทำให้ธุรกิจจัดส่งสิ่งของมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ทั้งในด้านอัตราค่าบริการและคุณภาพการให้บริการ ส่วนแนวโน้มธุรกิจไปรษณีย์ของไทยในภาพรวมที่ปัจจุบันเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจไปรษณีย์โลกอย่างเห็นได้ชัดตามระดับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสมัยใหม่ของไทยที่มีการพัฒนาเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยบริการไปรษณีย์ดั้งเดิมในกลุ่มการจัดส่งเอกสารเริ่มแสดงสัญญาณของการชะลอตัวลงอย่างชัดเจน ส่งผลให้ภาพรวมของธุรกิจหลักเริ่มมีการพึ่งพิงฐานการใช้บริการจากกลุ่มการจัดส่งสิ่งของมากขึ้น ตามการขยายตัวของความต้องการใช้บริการที่เพิ่มขึ้นจากกลุ่มธุรกิจ e-Commerce ดังนั้น ทิศทางการดำเนินงานในอนาคตจึงจำเป็นต้องมุ่งเน้นการพัฒนาบริการขนส่งและโลจิสติกส์ทั้งภายในและภายนอกประเทศเป็นสำคัญ ด้วยการสร้างเครือข่ายพันธมิตรเพื่อสนับสนุนให้เกิดการพัฒนากระบวนการที่มีประสิทธิภาพ มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในระบบการทำงานมากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกัน จำเป็นต้องวางแนวทางเพื่อรองรับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการลดลงของปริมาณงานกลุ่มการจัดส่งเอกสาร โดยมุ่งเน้นการปรับระบบงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดปัญหาการสูญเสียศักยภาพด้าน Economy of Scale ในระยะยาวต่อไป

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) จึงได้ปรับการดำเนินธุรกิจให้แข็งแกร่งมากขึ้นซึ่งมุ่งเน้นตลาดขนส่งและโลจิสติกส์ที่การแข่งขันสูงโดยวางกลยุทธ์ปี 2561 ที่มุ่งเน้นการสร้างความเป็นเลิศตามนโยบาย POST Excellence ซึ่งจะยกระดับมาตรฐานคุณภาพบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ผู้ใช้บริการ มุ่งเน้นนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการให้บริการ และพลังขับเคลื่อนธุรกิจจากบุคลากรภายในองค์กร ด้วยแนวทางการดำเนินงาน "THP POWER" พร้อมพัฒนาความเป็นเลิศทุกกระบวนการทำงานเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ e-Commerce และพร้อมต่อการตอบสนองนโยบายของรัฐบาล ปณท จึงมุ่งเน้นใน 5 มิติ ดังนี้ (รายงานประจำปี, ออนไลน์, 2560)

มิติที่ 1 P : Professional Manpower มุ่งเน้นการปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ ส่งเสริมการพัฒนาทักษะการทำงานของตนเองให้มีความหลากหลาย สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง มีไหวพริบในการจัดการแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ สร้างผลงานที่มีคุณค่าสูงขึ้น ไม่ว่าจะอยู่ในหน้าที่หรือบทบาทใดก็ตาม

มิติที่ 2 O : Operational Standard มุ่งเน้นการพัฒนามาตรฐานของระบบปฏิบัติการอย่างต่อเนื่อง ให้เกิดการปฏิบัติในมาตรฐานเดียวกัน วัตถุประสงค์ ทำซ้ำได้ สามารถพัฒนา ปรับปรุง และลด

ข้อผิดพลาดอย่างสม่ำเสมอ ด้วยการจัดการข้อมูลสารสนเทศที่เกิดจากกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาระบบงาน

มิติที่ 3 W : Wisdom มุ่งเน้นการพัฒนารอบความคิดของบุคลากรให้มีมุมมองทางธุรกิจแบบองค์รวม โดยนำความรู้จากฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) มาเป็นส่วนหนึ่งในการคิด วางแผน ปรับปรุง และตัดสินใจในการทำงานอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างภูมิปัญญาแห่งการพัฒนาให้เกิดขึ้นในหน่วยงาน และส่งต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นหัวใจแห่งความสำเร็จ

มิติที่ 4 E : Engagement มุ่งเน้นการสร้าง ความผูกพันในองค์กร ทั้งความผูกพันของคนในองค์กร (Employee Engagement) ที่พร้อมปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และเหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า เพื่อสร้างความผูกพันจากลูกค้า (Customer Engagement) ต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ ปณท ในระยะยาว

มิติที่ 5 R : Responsive to Innovation มุ่งเน้นการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการสร้างนวัตกรรมภายในองค์กรอย่างต่อเนื่องและรอบด้าน ทั้งกระบวนการทำงาน ผลิตภัณฑ์ บริการ รวมถึงรูปแบบธุรกิจ ให้เกิดการปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงสู่สิ่งใหม่จากที่เคยปฏิบัติอยู่เดิม เพื่อพัฒนาไปสู่การเป็นองค์กรที่มีการเติบโตอย่างยั่งยืน

จะเห็นว่าแนวคิดเรื่อง นวัตกรรม จึงถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่องค์กรนำเข้ามาใช้ ในการแข่งขัน เพื่อให้การดำเนินงานต่าง ๆ สามารถสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ หรือวิธีการใหม่ ๆ ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าและสร้างแรงจูงใจให้กับลูกค้า โดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อความมั่นคงในการดำเนินงาน (Drucker, 2002, p. 3; Parker, 1978, p. 7)

นวัตกรรมจึงมีความสำคัญต่อการแข่งขันทางธุรกิจเป็นอย่างมาก เพราะไม่ใช่เป็นเพียงแค่สิ่งที่จะช่วยเสริมศักยภาพขององค์กรเท่านั้น แต่นวัตกรรมถือเป็น ความจำเป็นพื้นฐานขององค์กรถ้าหากองค์กรใดที่ไม่มีนวัตกรรม องค์กรนั้นก็ขาดความสามารถในการแข่งขัน นอกจากเงินลงทุนกับการพัฒนานวัตกรรมหรือการประยุกต์ใช้นวัตกรรมแล้ว องค์กรต้องมีความพร้อมด้านทรัพยากรบุคคล ความสามารถในการปรับกระบวนการทำงานและความรวดเร็วในการบริหารจัดการธุรกิจ ตลอดจนการใช้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อเพิ่มโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือสร้างโมเดลธุรกิจที่ตอบโจทย์การแข่งขัน

การที่จะทำให้เกิดนวัตกรรมนั้น จะต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของพนักงานในการปฏิบัติงานซึ่งมาจากปัจจัยด้านองค์กร ประกอบด้วย การสนับสนุนของผู้บริหาร แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม และบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมภายในองค์กร หากองค์กรต้องการให้บุคลากรมีพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมเพื่อที่จะได้มีนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงานเกิดขึ้นจะต้องมีปัจจัยอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัจจัยด้านองค์กร ดังนั้น ถ้าปัจจัยด้านองค์กรสามารถสร้างพฤติกรรม

นวัตกรรมของพนักงานในการปฏิบัติงานได้จริง ปัญหาที่ตามมาคือ ปัจจัยองค์กรด้านใดที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน

จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของบุคลากรผู้ให้บริการของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีความสนใจการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เพื่อนำผลที่ได้ไปเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาการสร้างสรรค์นวัตกรรมของไปรษณีย์ไทย ซึ่งเป็นมิติหนึ่งของกลยุทธ์ ปณท ที่มุ่งเน้นสร้างความเป็นเลิศตามนโยบาย POST Excellence พร้อมทั้งจะก้าวสู่นาคตและต่อยอดเครือข่ายธุรกิจอย่างยั่งยืน

1.2 คำถามหรือโจทย์การวิจัย

1.2.1 ระดับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด อยู่ในระดับใด

1.2.2 ปัจจัยองค์กรด้านใดที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

1.3.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อายุการทำงาน ระดับการศึกษา สถานะ/ระดับตำแหน่ง และสังกัดที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นกับปัจจัยด้านองค์กรแตกต่างกัน

1.4.2 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อายุการทำงาน ระดับการศึกษา สถานะ/ระดับตำแหน่ง และสังกัดที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

1.4.3 ปัจจัยด้านองค์กรที่ประกอบด้วย การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม และบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาปัจจัยด้านองค์กรที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยใช้เทคนิคของการวิจัยเชิงปริมาณเลือกใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจความคิดเห็นของพนักงาน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงานกรณีศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ซึ่งจะใช้ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมีองค์กรประกอบของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อายุการทำงาน, สถานะ / ระดับตำแหน่ง และสังกัดที่ปฏิบัติงาน

ปัจจัยด้านองค์กร ได้แก่ การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม, แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม, บรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร

1.5.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.5.2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวนพนักงาน/ลูกจ้างประจำ และลูกจ้าง มีจำนวนทั้งหมด 28,993 คน (โครงสร้างอัตรากำลัง ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561)

1.5.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 377 คน โดยใช้การเปิดตารางกลุ่มตัวอย่างของ เครซีและมอร์แกน

1.5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม 2561 ถึงเดือนกันยายน 2562

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ผลการศึกษาครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงระดับของพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ซึ่งสามารถนำไปปรับทำแผนในการปฏิบัติงานเพื่อเป็นองค์กรนวัตกรรม

1.6.2 ผลการศึกษาจะแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

1.6.3 ผลการศึกษาจะกระตุ้นให้เกิดความสนใจในการศึกษาพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินกิจการด้านบริการไปรษณีย์ให้มีการพัฒนาระบบงานในอนาคต

1.6.4 ผลการศึกษาจะเป็นแนวทางในการการสรรหาและพัฒนาบุคลากรภายในองค์กร เพื่อสนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ซึ่งจะเป็นการเพิ่มศักยภาพให้แก่องค์กรและบุคลากรของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

1.7 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ให้ความหมาย และคำจำกัดความขอบเขตของศัพท์ ดังนี้

1.7.1 ปณท คือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

1.7.2 พนักงาน คือ พนักงานที่ทำงานในบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

1.7.3 พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม คือ การสร้างความคิด การนำเสนอความคิด และการทำให้ความคิดเป็นจริง ซึ่งเกิดจากการนำความรู้และความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการสร้างหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการจัดการ และสิ่งอื่น ๆ เพื่อทำให้เกิดสิ่งใหม่ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและตลาด โดยนวัตกรรมนี้จะเป็นตัวสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและผลกำไรให้ในระยะยาว

1.7.4 นวัตกรรม หมายถึง ความคิด การปฏิบัติ สิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อน หรือเป็นการพัฒนาดัดแปลงมาจากของเดิมที่มีอยู่แล้ว ให้ทันสมัย และใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น เมื่อนำนวัตกรรมมาใช้จะช่วยให้การทำงานนั้นได้ผลดีมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงกว่าเดิม

1.7.5 องค์กรนวัตกรรม หมายถึง องค์กรที่มีขีดความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมในด้านต่าง ๆ โดยมีการบริหารจัดการระบบและทรัพยากรต่าง ๆ ในองค์กรให้ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าและความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กรอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

1.7.6 ปัจจัยด้านองค์กร คือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ซึ่งในการศึกษาเรื่องนี้ประกอบด้วย การสนับสนุนของผู้บริหาร แรงจูงใจในการสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม และบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร

1.7.7 การสนับสนุนของผู้บริหาร คือ การส่งเสริมและการสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของพนักงานในองค์กรเพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นโดยให้การปรับตัวสิ่งใหม่ๆและโอกาสใหม่ ๆ ในองค์กร ประกอบด้วย 1. ความรู้ 2. ผลตอบแทน 3. งบประมาณ

1.7.8 แรงจูงใจในการสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม คือ แรงจูงใจที่ทำให้พนักงานมีพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมเพื่อใช้ในการทำงานที่เกิดขึ้นจริง ประกอบด้วย แรงจูงใจส่วนบุคคลและแรงจูงใจจากองค์กร

1.7.9 บรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร คือ ลักษณะหรือองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมต่างๆภายในองค์กรที่พนักงานรับรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อมซึ่งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานในองค์กร เช่น บรรยากาศด้านผู้นำ และบรรยากาศด้านผู้ร่วมงาน



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยด้านองค์การที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษา : บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ผู้วิจัยได้ทำการสืบค้น จากเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษา ประกอบด้วย

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีของการสนับสนุนจากผู้บริหาร
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีของแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีของพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม
- 2.5 ข้อมูลทั่วไปของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีของการสนับสนุนจากผู้บริหาร

แนวคิดเรื่องการสนับสนุนจากผู้บริหารจะช่วยให้เข้าใจถึงของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของพนักงานในองค์กรด้านการทำงานได้ ทั้งนี้เพราะเรื่องการส่งเสริมและการสนับสนุนจากผู้บริหารเป็นเรื่องที่พยายามเข้าใจเกี่ยวกับการรับรู้ของพนักงานในองค์กรที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของพนักงาน การส่งเสริมและการสนับสนุนจากผู้บริหารเป็นหลักการหรือแนวทางปฏิบัติที่จะช่วยให้พนักงานมีความพร้อมและมีศักยภาพ พร้อมรับสภาพแวดล้อมที่จะเปลี่ยนแปลงโดยสามารถปรับตัวให้ตอบสนองต่อการสร้างโอกาสใหม่ ๆ ในองค์กร และปรับอุปสรรคให้เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน 1. การริเริ่ม 2. การมีส่วนร่วม 3. การส่งเสริม 4. การเป็นต้นแบบ 5. การเปิดโอกาส 6. การติดตามผล 7. การให้ข้อมูลย้อนกลับ (ณัฐพันธ์ เขจรนันท์ อ่างโนธนฤต แซ่ไคว้, 2557)

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยให้ความหมายว่า การสนับสนุนจากผู้บริหารเป็นการส่งเสริมและการสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของพนักงานในองค์กรเพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นโดยให้การปรับตัวสิ่งใหม่ๆและโอกาสใหม่ๆในองค์กร ประกอบด้วย

2.1.1 การสนับสนุนด้านความรู้

ผู้บริหารในฐานะที่เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในองค์กรจะต้องแสดงบทบาทที่ชัดเจนในการส่งเสริมและสนับสนุนการขับเคลื่อนนวัตกรรมที่จะพัฒนาองค์กรไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยมี

แนวทางปฏิบัติที่สำคัญซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ด้านที่สอดคล้องตามกรอบแนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ของ ปีเตอร์ เซ็นเก้ (ธนกฤต แซ่โค้ว, 2557) ดังนี้

2.1.1.1 บทบาทต่อการสนับสนุนด้านความรู้แห่งตน เช่น

- 1) การส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีความมุ่งมั่นในการแสวงหาความรู้ใหม่ๆ ที่ทันต่อสภาพการเปลี่ยนแปลงเพื่อนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ
- 2) การส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานเป็นผู้มีวิสัยทัศน์และสามารถสร้างศักยภาพในการปฏิบัติงานให้เกิดความสำเร็จได้
- 3) การส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีการวางแผน กำหนดขั้นตอนและวิธีการในการทำงานอย่างเป็นระบบที่ชัดเจน

2.1.1.2 บทบาทต่อการสนับสนุนด้านแบบแผนความคิดอ่าน เช่น

- 1) การส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีกระบวนการคิด วิเคราะห์และวินิจฉัยข้อมูลต่างๆ บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง
- 2) การส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีการพิจารณาไตร่ตรองข้อมูลต่างๆ อย่างรอบคอบทุกด้านก่อนการตัดสินใจดำเนินการเรื่องใดเรื่องหนึ่งทุกครั้ง
- 3) การส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีการนำปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในขณะปฏิบัติงานมาวิเคราะห์

2.1.1.3 บทบาทต่อการสนับสนุนด้านวิสัยทัศน์ร่วมกัน เช่น

- 1) การส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์ของหน่วยงาน
- 2) การส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานรับรู้ถึงเป้าหมายของหน่วยงานที่ต้องการในอนาคต
- 3) การส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีการวางแผนงานของตนเองเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของหน่วยงาน

2.1.1.4 บทบาทต่อการสนับสนุนด้านการเรียนรู้ของทีม เช่น

- 1) การสนับสนุนให้หน่วยงานมีการจัดระบบการบริหารจัดการที่เปิดโอกาสให้พนักงานได้ตัดสินใจแก้ปัญหาการปฏิบัติงานร่วมกัน
- 2) การส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีการวางแผนการปฏิบัติงานร่วมกัน
- 3) การส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น และยอมรับเหตุผลของกันและกัน

2.1.1.5 บทบาทต่อการสนับสนุนด้านการคิดอย่างเป็นระบบ เช่น

1) การสนับสนุนให้หน่วยงานกำหนดเป้าหมายและทิศทางการทำงานที่ชัดเจน สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

2.1.2 การสนับสนุนด้านผลตอบแทน

การที่ทำให้พนักงานในองค์กรยอมรับและมีความรู้สึกร่วมกันในการค้นหาวัตรกรรมในการทำงานขององค์กร เพื่อให้เป็นประโยชน์ทางตรงและทางอ้อมให้กับพนักงาน โดยผู้บริหารจะให้การส่งเสริมและการสนับสนุนค่าผลตอบแทนหรือรางวัลให้กับพนักงานเพื่อแลกกับผลงานที่พนักงานได้ทำให้ เช่น การให้ไปศึกษาอบรมความรู้ภายนอกองค์กร การให้รางวัล ผลตอบแทน การประเมินผลงานประจำปี

2.1.3 การสนับสนุนด้านงบประมาณ

ผู้บริหารให้โอกาสก้าวหน้างานกับพนักงานในการคิดค้นนวัตกรรมในการปฏิบัติงานโดยพิจารณาจัดสรรงบประมาณเพื่อการส่งเสริมและการสนับสนุนเงินในการดำเนินการที่มีนวัตกรรมในการปฏิบัติงานต่างๆที่ทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น เช่น การสนับสนุนเงินในการคิดค้นนวัตกรรมในการทำงาน การสนับสนุนเงินในการติดตามและประเมินผลงานในองค์กร การสนับสนุนเงินในการดำเนินการที่มีนวัตกรรมในการปฏิบัติงานเพื่อการพัฒนาต่อยอด

2.2 แนวคิดและทฤษฎีของแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม

นอกจากความสามารถแล้วแรงจูงใจก็เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้พนักงานเกิดพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการทำงาน จากการศึกษาพบว่าแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการทำงาน คือ แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motivation) เพราะพฤติกรรมสร้างนวัตกรรม เป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความพยายามในการแก้ไขปัญหา ซึ่งคนที่มีแรงจูงใจภายในสูงจะมีความพยายามที่จะแก้ปัญหาย่างต่อเนื่อง พนักงานที่มีแรงจูงใจภายในจึงมีแนวโน้มที่มีพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในการทำงานสูงกว่าพนักงานที่มีแรงจูงใจในงานต่ำ (Chen, Li, & Leung, 2016 อ้างถึงในพัชณา เอ็งบริบูรณ์พงศ์, 2545, หน้า 87) ดังนี้

2.2.1 ความหมายของแรงจูงใจ

แรงจูงใจ (Motivation) คือ สิ่งซึ่งควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ อันเกิดจากความต้องการ (Needs) พลังกดดัน (Drives) หรือ ความปรารถนา (Desires) ที่จะพยายามดิ้นรนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจจะเกิดมาตามธรรมชาติหรือจากการเรียนรู้ก็ได้ แรงจูงใจเกิดจากสิ่งเร้าทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคลนั้น ๆ เองภายใน ได้แก่ ความรู้สึกต้องการ หรือขาดอะไรบางอย่าง จึงเป็นพลังชักจูง หรือกระตุ้นให้มนุษย์ประกอบกิจกรรมเพื่อทดแทนสิ่งที่ขาดหรือต้องการนั้น ส่วนภายนอกได้แก่ สิ่งใดก็ตามที่มาเร้าเร้า นำช่องทาง และมาเสริมสร้างความปรารถนาในการประกอบกิจกรรมในตัวมนุษย์ ซึ่งแรงจูงใจนี้อาจเกิดจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอก แต่เพียงอย่างเดียว หรือทั้ง

สองอย่างพร้อมกันได้ อาจกล่าวได้ว่า แรงจูงใจทำให้เกิดพฤติกรรมซึ่งเกิดจากความต้องการของมนุษย์ ซึ่งความต้องการเป็นสิ่งเร้าภายในที่สำคัญกับการเกิดพฤติกรรม นอกจากนี้ยังมีสิ่งเร้าอื่น ๆ เช่น การยอมรับของสังคม สภาพบรรยากาศที่เป็นมิตร การบังคับขู่เข็ญ การให้รางวัลหรือกำลังใจหรือการทำให้เกิดความพอใจ ล้วนเป็นเหตุจูงใจให้เกิดแรงจูงใจได้

2.2.2 องค์ประกอบของแรงจูงใจ

นักจิตวิทยาปัจจุบันได้ศึกษาและสรุปว่า องค์ประกอบของแรงจูงใจ มี 3 ด้านคือ

- 1) องค์ประกอบทางด้านกายภาพ (Biological Factor) ในองค์ประกอบด้านนี้จะพิจารณาถึงความต้องการทางกายภาพของมนุษย์ เช่น ความต้องการปัจจัย 4 เพื่อจะดำรงชีวิตอยู่ได้
- 2) องค์ประกอบทางการเรียนรู้ (Learned Factor) องค์ประกอบด้านนี้เป็นผลสืบเนื่องต่อกันจากองค์ประกอบข้อ 1 ทั้งนี้เพราะมนุษย์ทุกคนไม่สามารถได้รับการตอบสนองความต้องการในปริมาณ ชนิด และคุณภาพตามที่ตนเองต้องการ และในหลาย ๆ ครั้ง สิ่งแวดล้อมเป็นตัววางเงื่อนไขในการสร้างแรงจูงใจของมนุษย์
- 3) องค์ประกอบทางด้านการคิด (Cognitive Factor)

2.2.3 ประเภทของแรงจูงใจ

นักจิตวิทยาได้แบ่งลักษณะของแรงจูงใจออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 แรงจูงใจฉับพลัน (Aroused Motive) คือแรงจูงใจที่กระตุ้นให้มนุษย์แสดงพฤติกรรม ออกมาทันทีทันใด แรงจูงใจสะสม (Motivational Disposition หรือ Latent Motive) คือแรงจูงใจที่มีอยู่แต่ไม่ได้แสดงออกทันที จะค่อย ๆ เก็บสะสมไว้รอการแสดงออกในเวลา ใดเวลา หนึ่งต่อ

กลุ่มที่ 2 แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motive) คือแรงจูงใจที่ได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งเร้าภายในตัวของบุคคลผู้นั้นแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motive) คือแรงจูงใจที่ได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งเร้าภายนอก

กลุ่มที่ 3 แรงจูงใจปฐมภูมิ (Primary Motive) คือแรงจูงใจอันเนื่องมาจากความต้องการที่เห็นพื้นฐานทางร่างกาย เช่น ความหิวโหย, กระหายเหือด แรงจูงใจทุติยภูมิ (Secondary Motive) คือแรงจูงใจที่เป็นผลต่อเนื่องมาจากแรงจูงใจขั้นปฐมภูมิ แรงจูงใจภายในและภายนอก (Intrinsic and Extrinsic Motivation) นักจิตวิทยาหลายท่านไม่เห็นด้วยกับทฤษฎีพฤติกรรมนิยมที่อธิบายพฤติกรรมด้วยแรงจูงใจทางสรีระและแรงจูงใจ ทางจิตวิทยาโดยใช้ทฤษฎีการลดแรงขับ เพราะมีความเชื่อว่า พฤติกรรมบางอย่างของมนุษย์เกิดจากแรงจูงใจภายใน

แรงจูงใจภายใน หมายถึง แรงจูงใจที่มาจากภายในตัวบุคคล และเป็นแรงขับที่ทำให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมโดยไม่หวังรางวัลหรือแรงเสริมภายนอก ความมีสมรรถภาพ (Competence) ไวท์ ได้อธิบายว่าความมีสมรรถภาพเป็นแรงจูงใจภายใน ซึ่งหมายถึงความต้องการที่

จะมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไรท์ถือว่า มนุษย์เราต้องการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมมาตั้งแต่วัยทารกและพยายามที่จะปรับปรุงตัวอยู่เสมอความต้องการมีสมรรถภาพจึงเป็นแรงจูงใจภายใน ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) ความอยากรู้อยากเห็นเป็นแรงจูงใจภายในที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่อยากค้นคว้าสำรวจสิ่งแวดล้อม ดังจะเห็นได้จากเด็กวัย 2-3 ขวบจะมีพฤติกรรมที่ต้องการจะสำรวจสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว โดยไม่รู้จักเหน็ดเหนื่อย แรงจูงใจภายนอก หมายถึง แรงจูงใจที่มาจากภายนอก เป็นต้นว่าคำชมหรือรางวัล

2.2.4 รูปแบบของแรงจูงใจ

บุคคลแต่ละคนมีรูปแบบแรงจูงใจที่แตกต่างกัน ซึ่งนักจิตวิทยาได้แบ่งรูปแบบ แรงจูงใจของมนุษย์ออกเป็นหลายรูปแบบที่สำคัญ มีดังนี้

2.2.4.1 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motive) หมายถึง แรงจูงใจที่เป็นแรงขับให้บุคคลพยายามที่จะประกอบพฤติกรรมที่จะประสบสัมฤทธิ์ผลตามมาตรฐานความเป็นเลิศ (Standard of Excellence) ที่ตนตั้งไว้ บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะไม่ทำงานเพราะหวังรางวัล แต่ทำเพื่อจะประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

- 1) มุ่งหาความสำเร็จ (Hope of Success)
- 2) กลัวความล้มเหลว (Fear of Failure)
- 3) มีความทะเยอทะยานสูง
- 4) ตั้งเป้าหมายสูง
- 5) มีความรับผิดชอบในการงานดี
- 6) มีความอดทนในการทำงาน
- 7) รู้ความสามารถที่แท้จริงของตนเอง
- 8) เป็นผู้ทำงานอย่างมีการวางแผน
- 9) เป็นผู้ที่ตั้งระดับความคาดหวังไว้สูง

2.2.4.2 แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ (Affiliative Motive) ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ มักจะเป็นผู้ที่โอบอ้อมอารี เป็นที่รักของเพื่อน มีลักษณะเห็นใจผู้อื่น ซึ่งเมื่อศึกษาจากสภาพครอบครัวแล้วผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์มักจะเป็นครอบครัวที่อบอุ่น บรรยากาศในบ้านปราศจาก การแข่งขัน พ่อแม่ไม่มีลักษณะข่มขู่ พี่น้องมีความรักสามัคคีกันดี ผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์จะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

- 1) เมื่อทำสิ่งใด เป้าหมายก็เพื่อได้รับการยอมรับจากกลุ่ม
- 2) ไม่มีความทะเยอทะยาน มีความเกรงใจสูง ไม่กล้าแสดงออก
- 3) ตั้งเป้าหมายต่ำ
- 4) หลีกเลี่ยงการโต้แย้งมักจะคล้อยตามผู้อื่น

2.2.4.3 แรงจูงใจใฝ่อำนาจ (Power Motive) สำหรับผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่อำนาจนั้น พบว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจแบบนี้ส่วนมากมักจะพัฒนามาจากความรู้สึกว่า ตนเอง "ขาด" ในบางสิ่งบางอย่างที่ต้องการ อาจจะเป็นเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็ได้ทำให้เกิดมีความรู้สึกเป็น "ปมด้อย" เมื่อมีปมด้วยจึงพยายามสร้าง "ปมเด่น" ขึ้นมาเพื่อชดเชยกับสิ่งที่ตนเองขาด ผู้มีแรงจูงใจใฝ่อำนาจจะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

- 1) ชอบมีอำนาจเหนือผู้อื่น ซึ่งบางครั้งอาจจะออกมาในลักษณะการก้าวร้าว
- 2) มักจะต่อต้านสังคม
- 3) แสวงหาชื่อเสียง
- 4) ชอบเสี่ยง ทั้งในด้านของการทำงาน ร่างกาย และอุปสรรคต่าง ๆ
- 5) ชอบเป็นผู้นำ

2.2.4.4 แรงจูงใจใฝ่ก้าวร้าว (Aggression Motive) ผู้ที่มีลักษณะแรงจูงใจแบบนี้มักเป็นผู้ที่ได้รับการเลี้ยงดูแบบเข้มงวดมากเกินไป บางครั้งพ่อแม่อาจจะใช้วิธีการลงโทษที่รุนแรงเกินไป ดังนั้นเด็กจึงหาทางระบายออกกับผู้อื่น หรืออาจจะเนื่องมาจากการเลียนแบบ บุคคลหรือจากสื่อต่าง ๆ ผู้มีแรงจูงใจใฝ่ก้าวร้าว จะมีลักษณะที่สำคัญดังนี้

- 1) ถือความคิดเห็นหรือความสำคัญของตนเป็นใหญ่
- 2) ชอบทำร้ายผู้อื่น ทั้งการทำร้ายด้วยกายหรือวาจา

2.2.4.5 แรงจูงใจใฝ่พึ่งพา (Dependency Motive) สาเหตุของการมีแรงจูงใจแบบนี้ก็เพราะการเลี้ยงดูที่พ่อแม่ทะนุถนอมมากเกินไป ไม่เปิดโอกาสให้เด็กได้ช่วยเหลือตนเอง ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ พึ่งพา จะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

- 1) ไม่มั่นใจในตนเอง
- 2) ไม่กล้าตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ด้วยตนเอง มักจะลังเล
- 3) ไม่กล้าเสี่ยง
- 4) ต้องการความช่วยเหลือและกำลังใจจากผู้อื่น

2.2.5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ทฤษฎีลำดับความต้องการของ Maslow (ทิมมิกา ทิมเนตร, 2558, หน้า 39-40) กำหนดโดยนักจิตวิทยา ชื่อ มาสโลว์ (Abraham Maslow) เป็นทฤษฎีการจูงใจที่มีการกล่าวขวัญอย่างแพร่หลาย มาสโลว์ มองว่า ความต้องการของ มนุษย์มีลักษณะเป็นลำดับขั้น จากระดับต่ำสุดไปยังระดับสูงสุด เมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ก็จะมีความต้องการอื่นในระดับที่สูงขึ้นต่อไป ซึ่งลำดับขั้นความต้องการของ มาสโลว์ มีดังนี้

1) ความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์เพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่มที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค อากาศ น้ำดื่ม การพักผ่อน เป็นต้น

2) ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง (Security or safety needs) เมื่อมนุษย์สามารถตอบสนองความต้องการทางร่างกายได้แล้ว มนุษย์ก็จะเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้นต่อไป เช่น ความต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความต้องการความมั่นคงในชีวิตและหน้าที่การงาน

3) ความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) (Affiliation or Acceptance Needs) เป็นความต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เป็นธรรมชาติ อย่างหนึ่งของมนุษย์ เช่น ความต้องการให้และได้รับซึ่งความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ความต้องการได้รับการยอมรับ ความต้องการได้รับความชื่นชมจากผู้อื่น เป็นต้น

4) ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) หรือ ความภาคภูมิใจในตนเอง เป็นความต้องการการได้รับการยกย่องนับถือ และสถานะจากสังคม เช่น ความต้องการได้รับความเคารพนับถือ ความต้องการมีความรู้ความสามารถ เป็นต้น

5) ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-actualization) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล เช่น ความต้องการที่จะทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ ความต้องการทำทุกอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง เป็นต้น

ทฤษฎีการจูงใจของแม็คเคลลแลนด์ (McClelland) ได้รับการสนับสนุนจากผลงานการวิจัยอย่างมาก ตามทฤษฎีของเขานั้นยึดถือความเชื่อว่าการต้องการของคนที่จะเป็นแรงจูงใจที่สำคัญมี 3 ประการ คือ

- 1) ความต้องการประสบความสำเร็จ (Need for Achievement หรือ nAch)
- 2) ความต้องการความรักความผูกพัน (Need for Affiliation หรือ nAff)
- 3) ความต้องการอำนาจบารมี (Need for Power หรือ nPow)

แม็คเคลลแลนด์ ได้ทำการวิจัยตามแนวความคิดของความต้องการทั้ง 3 ประการ ดังกล่าว และได้สรุปผลการวิจัยที่น่าสนใจไว้ ดังนี้ (Mowen & Minor, 1998, p. 167-168 อ้างถึงใน ทิมมิกาทิมเนตร, 2558)

1) บุคคลที่ต้องการประสบผลสำเร็จสูง (nAch) จะแสวงหาแนวทางเพื่อก้าวไปข้างหน้าจะใช้ความพยายามเพื่อบ่มไปสู่ความสำเร็จ และจะมีความรับผิดชอบในการแก้ปัญหาต่าง ๆ จากการศึกษาของแม็คเคลลแลนด์พบว่า 85 เปอร์เซ็นต์ของนักศึกษาที่มีความต้องการประสบผลสำเร็จสูงจะเข้าสู่อาชีพที่ต้องการผู้มีความสามารถที่จะเผชิญกับความเสี่ยงและการตัดสินใจ และมีโอกาสที่ประสบผลสำเร็จที่ยิ่งใหญ่ เช่น งานการจัดการธุรกิจ เป็นต้น (McGrath, Reid & Boore, 1989 อ้างถึงใน ทิมมิกาทิมเนตร, 2558)

2) บุคคลที่ต้องการความรักความผูกพันสูง (nAff) แม็คเคลลแลนด์ มองความต้องการนี้คล้ายกับความต้องการระดับที่ 3 ของมาสโลว์ เขาได้สรุปผู้มีความต้องการทางด้านนี้สูงไว้ว่า พวกนี้ได้

จัดลำดับความสำคัญ ความต้องการที่อยากจะอยู่ร่วมกับผู้อื่น มากกว่าความต้องการเพื่อความสำเร็จ ตัวอย่างเช่น จากการศึกษาโดยการทดลองการให้มีโอกาสเลือกผู้ช่วยในการทำงานอย่างหนึ่งพบว่า บุคคลที่ต้องการประสบผลสำเร็จสูง (nAch) จะเลือกผู้ช่วยที่มีคุณสมบัติแสดงถึงความสามารถเป็นสำคัญ ส่วนบุคคลที่ต้องการความรักความผูกพันสูง (nAff) จะเลือกเพื่อนของเขาเองมาเป็นผู้ช่วยร่วมงาน จะเห็นได้ชัดว่า บุคคลที่มีความต้องการความรัก ความผูกพันสูง จะตัดสินใจโดยยึดถือความสบายใจในการทำงาน มากกว่าที่จะยึดถือความสำเร็จของงาน

3) บุคคลที่มีความต้องการอำนาจบารมีสูง (nPow) ซึ่งหมายถึง ความปรารถนาอยากได้อำนาจบารมีเพื่อนำไปใช้ควบคุมกำกับผู้อื่น บุคคลผู้ต้องการมีอำนาจบารมีสูงตามแนวความคิดของ แม็คเคลลแลนด์ มีความต้องการอำนาจแยกเป็น 2 แนวทาง คือ ในทางบวก เป็นความปรารถนาอยากมีอำนาจบารมี สามารถเชิญชวนและดลบันดาลใจผู้อื่นให้คล้อยตามยอมรับได้

แรงจูงใจมีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานมาก เพราะเป็นพลังที่สามารถทำให้บุคคลเกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ได้ เช่น การรับรู้ ทัศนคติ ค่านิยม อารมณ์ ความรู้สึกและความคิดเห็นของพนักงาน และที่สำคัญสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงานเปลี่ยนไปในทางที่ดี แรงจูงใจจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการปฏิบัติงานหรือกระทำการใด ๆ ดังนั้นองค์กรควรพิจารณาความต้องการของพนักงานภายในองค์กร เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดแรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม เพราะแรงจูงใจจะช่วยให้พนักงานปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปในทางที่ดี และยังทำให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร

2.3.1 ความสำคัญของบรรยากาศองค์กร

บรรยากาศองค์การ (Organization climate) หมายถึง กรอบแนวคิดเกี่ยวกับเจตคติ ค่านิยม บรรทัดฐานและความคาดหวังที่บุคคลในองค์การมีส่วนร่วม ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นเครื่องช่วยอธิบายและทำความเข้าใจกับพฤติกรรมของคนในองค์การ (Balkar, 2015, p. 82-83) การศึกษาหลายชิ้นแสดงให้เห็นว่า องค์การที่มีบรรยากาศองค์การแบบสนับสนุนนวัตกรรมจะทำให้พนักงานขององค์การมีพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในการทำงานมากขึ้นเพราะบรรยากาศองค์การที่สนับสนุนนวัตกรรมทำให้พนักงานมีการรับรู้ว่านวัตกรรมเป็นสิ่งที่พึงปรารถนาในองค์การ พนักงานจึงพยายามที่จะแสดงพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในองค์การเพื่อตอบสนองความคาดหวังดังกล่าวขององค์การ (ตรีทิพย์ บุญแถม, 2554, หน้า 114-115)

2.3.2 องค์ประกอบของบรรยากาศองค์การ

องค์ประกอบของบรรยากาศในการทำงาน หมายถึง พฤติกรรมของสมาชิกในองค์กรที่มีผลต่อการทำงานร่วมกัน แล้วก่อให้เกิดบรรยากาศในการทำงาน สามารถวัดได้จากความรู้สึกนึกคิด

หรือความคิดเห็นของสมาชิกในองค์กรและผู้ร่วมงานดูบริน (Dubrin, 1984 อ้างใน สิมามา จันทรหอมกุล, 2552) ได้แบ่งองค์ประกอบของบรรยากาศไว้ 6 ด้าน ดังนี้คือ

1) ด้านการมีส่วนร่วม หมายถึง การเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถแสดงความคิดเห็น หรือใช้อำนาจได้อย่างอิสระในการทำงาน โอกาสในการเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน

2) ด้านโครงสร้าง หมายถึง การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ ขั้นตอนในการปฏิบัติงาน ตลอดจนวิธีการในการสื่อสารระหว่างพนักงานในองค์กร

3) ด้านการให้รางวัล หมายถึง การให้รางวัลผลตอบแทน มีนโยบายในการจ่าย ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่มีความยุติธรรม ตลอดจนการที่พนักงานรับรู้ว่าจะได้รับรางวัลตอบแทนเมื่อมีผลการปฏิบัติงานที่ดี

4) ด้านความอบอุ่นและการสนับสนุน หมายถึง ความรู้สึกที่เป็นมิตรภายในองค์กร การยอมรับ ให้ความร่วมมือและช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการทำงาน ทั้งจากผู้นำและผู้ร่วมงาน

5) ด้านความเจริญก้าวหน้าและการพัฒนา หมายถึง การส่งเสริมให้พนักงานมีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน การจัดให้มีการฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ความสามารถ รวมทั้งการสนับสนุนให้พนักงานใช้แนวคิดและวิธีการใหม่ ๆ ในการทำงาน

6) ด้านการควบคุม หมายถึง ลักษณะของนโยบายและกฎระเบียบต่าง ๆ ที่องค์กร กำหนดขึ้นเพื่อควบคุมพฤติกรรมของพนักงานในองค์กรให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน ตลอดจน มาตรฐานในการทำงานที่องค์กรกำหนดขึ้นเพื่อให้พนักงานมีการปรับปรุงและการพัฒนาผลการปฏิบัติงานให้ได้ผลดีซึ่งสอดคล้องกับลิทวิน และ สตริงเกอร์ (Litwin & Stringer อ้างใน ปองปรัชญ์ ปือราแง, 2554) กล่าวถึง องค์ประกอบของบรรยากาศองค์กร 8 ด้านได้แก่ โครงสร้าง ความท้าทาย และความรับผิดชอบ ความอบอุ่นและการสนับสนุน การให้รางวัลและการลงโทษ ความขัดแย้ง มาตรฐานการปฏิบัติงาน ความเสี่ยงและความผูกพัน

นอกจากนี้ Litwin & Stringer ยังได้จำแนกองค์ประกอบของบรรยากาศทั้ง 8 ปัจจัย ออกเป็น มิติบรรยากาศ 9 มิติ ดังนี้คือ

1) มิติโครงสร้างองค์กร หมายถึง ลักษณะและสภาพแวดล้อมของงานที่พนักงานรับรู้กฎ ระเบียบข้อบังคับ ขั้นตอนการดำเนินงาน และการติดต่อสื่อสารตามสายหัวหน้านางาน

2) มิติความรับผิดชอบ หมายถึง ลักษณะและสภาพแวดล้อมของงานที่พนักงานรับรู้เกี่ยวกับ หน้าที่ ความรับผิดชอบ และการตัดสินใจในการทำงาน

3) มิติรางวัล หมายถึง ลักษณะและสภาพแวดล้อมของงานที่พนักงานรับรู้เกี่ยวกับรางวัลและ ผลตอบแทนที่ได้รับในการปฏิบัติงานในองค์กร

4) มิติความเสี่ยงภัย หมายถึง ลักษณะและสภาพแวดล้อมของงานที่พนักงานรับรู้เกี่ยวกับการเสี่ยงภัยในการทำงาน ความท้าทายในงานและกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์กร

5) มิติความอบอุ่น หมายถึง ลักษณะและสภาพแวดล้อมของงานที่พนักงานรับรู้เกี่ยวกับสัมพันธภาพทางกายในองค์กร ของบรรยากาศของการทำงานร่วมกัน

6) มิติการสนับสนุน หมายถึง ลักษณะและสภาพแวดล้อมของงานที่พนักงานรับรู้เกี่ยวกับการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทั้งจากหัวหน้างานและผู้ร่วมงาน

7) มิติมาตรฐานการปฏิบัติงาน หมายถึง ลักษณะและสภาพแวดล้อมของงานที่พนักงานรับรู้เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ และมาตรฐานของการปฏิบัติงาน ตามที่องค์กรกำหนด

8) มิติความขัดแย้ง หมายถึง ลักษณะและสภาพแวดล้อมของงานที่พนักงานรับรู้เกี่ยวกับการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร การเป็นสมาชิกที่ดีและมีคุณค่าขององค์กร

9) มิติความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน หมายถึง ลักษณะและสภาพแวดล้อมของงานที่พนักงานรับรู้เกี่ยวกับการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร การเป็นสมาชิกที่ดีและมีคุณค่าขององค์กร

2.3.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อบรรยากาศในการทำงานที่สามารถควบคุมและบริหาร

2.3.3.1 พฤติกรรมของผู้นำ ถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อบรรยากาศขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริหารที่บุคลากรรับรู้ได้

2.3.3.2. การจัดการภายในองค์กร เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอันดับสองต่อจากปัจจัยด้านผู้นำ โดยปัจจัยด้านนี้จะครอบคลุมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร การจัดการภายในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการออกแบบงาน ระบบการให้รางวัลและผลตอบแทน นโยบายและวิธีการในการทำงานต่าง ๆ ที่ได้มีการกำหนดออกมาเป็นมาตรฐาน รวมถึงสถานที่และทำเลของการทำงานภายในองค์กร

2.3.3.3. กลยุทธ์บรรยากาศในการทำงาน จะได้รับผลกระทบจากกลยุทธ์ขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้ากลยุทธ์นั้นมีความชัดเจนและมาสื่อสารให้พนักงานได้รับทราบต่อกลยุทธ์นั้น และในขณะเดียวกันการขาดกลยุทธ์ที่ชัดเจนก็ส่งผลต่อบรรยากาศในการทำงาน

2.4 แนวคิดและทฤษฎีของพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรม

แนวคิดเรื่องพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรมจะช่วยให้เข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการทำงานใหม่และการรับรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมที่สามารถทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพของพนักงานในองค์กร พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมจึงเป็นกระบวนการที่จะเสริมสร้างให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถ ความเข้าใจ ตลอดจนทัศนคติ อันจะเป็นผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น (1) การเปลี่ยนแปลงพนักงาน (2) การเปลี่ยนแปลงตนเอง (ประชุม รอดประเสริฐ, 2528) ซึ่งสอดคล้องกับสมาน รังสิโยภักษ์ (2522) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การเปลี่ยนแปลงบุคลากรเป็นการ

ดำเนินงานเกี่ยวกับส่งเสริมให้บุคคลมีความรู้ความสามารถมีทักษะในการทำงานดีขึ้นตลอดจนมีทัศนคติที่ดีในการทำงานอันจะเป็นผลให้การปฏิบัติงานดียิ่งขึ้นหรือนัยอีกหนึ่ง เป็นกระบวนการที่จะสร้างเสริมและเปลี่ยนแปลงผู้ปฏิบัติงานในด้านต่างๆ เช่น ความรู้ ความสามารถ ทักษะ ทัศนคติและวิธีการในการทำงานจะนำไปสู่ประสิทธิภาพในการทำงาน

นอกจากนี้ นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2525) ได้ให้ความหมายของเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ไว้ว่า การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเป็นกระบวนการเพิ่มพูนความรู้ ความชำนาญ ทักษะ ทัศนคติ ความสามารถ ตลอดจนการให้แนวความคิดใหม่ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้บุคลากรมีคุณภาพที่ดีขึ้น

2.4.1 ความหมายของพฤติกรรม

(ประเวช ชุ่มเกสรกุลกิจ และ ศจีมาจ ณ วิเชียร, 2561) คำว่า “พฤติกรรมสร้างนวัตกรรม” (Innovative Behavior) เป็นคำที่ถูกเสนอโดย Scott & Bruce ในปี 1994 แต่อย่างไรก็ตาม (Scott & Bruce, 1994, p. 581 อ้างถึงในประเวช ชุ่มเกสรกุลกิจ และ ศจีมาจ ณ วิเชียร, 2561) ไม่ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมไว้ในงานวิจัยชิ้นดังกล่าว แต่ได้อ้างอิงความหมายของพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในการทำงานเขียนเชิงวิชาการของ (West & Farr, 1990 อ้างถึงในประเวช ชุ่มเกสรกุลกิจ และ ศจีมาจ ณ วิเชียร, 2561) ที่ได้เสนอไว้ก่อนหน้านี้ในหนังสือชื่อ Innovation and Creativity at Work: Psychological and Organizational Strategies ซึ่งถือว่าเป็นงานเขียนเกี่ยวกับนวัตกรรมในมุมมองทางด้านจิตวิทยาเป็นเล่มแรก โดยหนังสือเล่มดังกล่าวได้อธิบายคำว่า “นวัตกรรมในการทำงาน” (Innovation at work) ไว้ว่า เกิดขึ้นจากการ กระทำ 2 อย่าง คือ การคิดสร้างสรรค์ และการทำให้เป็นจริง ซึ่ง Scott & Bruce มีมุมมองว่าพฤติกรรมสร้าง นวัตกรรม (Innovative Behavior) หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการนี้เอง โดยพฤติกรรม นวัตกรรมจะประกอบด้วย การตระหนักถึงปัญหาและหาทางออก การแสวงหาการสนับสนุนความคิด และการทำให้เกิดต้นแบบ ซึ่งคำจำกัดความนี้ถือว่าเป็นคำจำกัดความที่ผู้วิจัยนิยมใช้อ้างอิงมากที่สุดอยู่ระยะหนึ่ง ต่อมาเมื่อแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมได้ถูกศึกษาอย่างแพร่หลายมากขึ้น จึงมีนักวิจัยหลาย ท่านได้พยายามให้คำนิยามในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมสร้าง นวัตกรรมที่ต่างออกไป โดยคำนิยามที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบันก็คือ พฤติกรรมสร้าง นวัตกรรมในการทำงาน (Innovative Work Behavior) ที่ถูก นำเสนอโดย Janssen (2000: 288 อ้างถึงในประเวช ชุ่มเกสรกุลกิจ และ ศจีมาจ ณ วิเชียร, 2561) ที่ได้ให้ความหมายพฤติกรรมสร้าง นวัตกรรมในการทำงานไว้ว่า หมายถึง ความตั้งใจที่สร้างแนวคิดใหม่ การแนะนำหรือการประยุกต์ใช้แนวคิดใหม่นั้นในการทำงานของตน ของกลุ่ม หรือ ขององค์การ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงานในบทบาทนั้น ๆ แม้ว่า Janssen จะได้เสนอคำว่าพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในการทำงาน (Innovative Work Behavior) ขึ้นมาใหม่ แต่เมื่อทำการทบทวนเกี่ยวกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ก็พบว่านักวิจัยส่วนใหญ่ ยังมีแนวทางในการเลือกใช้ คำทั้งสองที่ค่อนข้างสับสน เนื่องจากมี

นักวิจัยบางส่วนหันมาเลือกใช้คำว่า พฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในการทำงาน (Innovative Behavior) ขณะที่นักวิจัยบางส่วนยังเลือกใช้คำว่า พฤติกรรมสร้างนวัตกรรม (Innovative Behavior) อยู่ ซึ่งแม้ว่าถ้าแปลตามตัวอักษรแล้ว คำทั้งสองคำจะสื่อถึงแง่มุมที่แตกต่างกัน คือ พฤติกรรมสร้างนวัตกรรม มีบริบทที่ไม่เจาะจง อาจจะสื่อถึงพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมทั่วไป ขณะที่พฤติกรรมสร้างนวัตกรรมใน การทำงานมีบริบทที่แคบกว่า คือ สื่อถึงบริบทที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน แต่เมื่อพิจารณาการกำหนดนิยามของ นักวิจัยทั้งสองกลุ่มกลับพบว่า นักวิจัยทั้งสองได้ให้คำหมายของคำทั้งสองไว้ไม่แตกต่างกัน โดยมีงานวิจัยหลายชิ้นที่ เลือกใช้คำว่า พฤติกรรมสร้างนวัตกรรม แต่กลับอ้างอิงความหมายของ พฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในการทำงานของ Janssen ใน ปี 2000 (Carmeli & Spreitzer, 2009, p. 173; Janssen, 2004: 206, 2005: 574-575; Young, 2012: 222 อ้างถึงใน ประเวศ ชุ่มเกสรกุลกิจ และ ศจีมาจ ณ วิเชียร, 2561) กรณีดังกล่าวจึงแสดงให้เห็นว่า นักวิจัยส่วนใหญ่ยังมีความคิดเห็นที่ไม่ชัดเจนเกี่ยวกับคำทั้งสองแต่บทความชิ้นนี้ได้เลือกใช้คำว่า พฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในการทำงาน เพราะเห็นว่าคำว่า พฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในการทำงาน นั้นมีบริบทที่ชี้เฉพาะถึงการทำงาน การเลือกใช้คำดังกล่าวย่อมทำให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจได้ชัดเจนและง่ายต่อการสืบค้นในภายหลัง

ในการศึกษาครั้งนี้จึงแบ่งองค์ประกอบการเกิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมโดยยึดการแบ่งองค์ประกอบตามงานวิจัยของ (Janssen, 2000 และ ตรีทิพย์ บุญแย้ม, 2554 อ้างถึงใน สุขุมาล เกิดนอก, 2559) ใน 3 องค์ประกอบหลัก คือ

- 1) การสร้างความคิดใหม่ (Idea Generation) คือ การสร้างแนวความคิดที่แปลกใหม่ในทุกขอบเขต โดย Kanter (1988) ได้ระบุว่า ความตระหนักถึงความต้องการในองค์ประกอบนี้ คือ ความสามารถในการสร้างวิธีการใหม่ก่อนความต้องการ โดยบุคคลเป็นต้นแบบของแนวคิดทั้งหมดการสร้างความคิดใหม่อาจจะเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ การบริการและกระบวนการในการเข้าสู่ตลาดใหม่ การปรับปรุงกระบวนการทำงานหรือในความหมายทั่วไป คือการระบุและหาแนวทางในการแก้ปัญหา (Van de Ven, 1986; Amabile, 1988 อ้างถึงใน สุขุมาล เกิดนอก, 2559) โดยประเด็นสำคัญในการสร้างความคิด คือ การรวบรวมและการเก็บข้อมูลในแนวคิดเดิมมาปรับปรุงใหม่เพื่อแก้ไขปัญหาหรือปรับปรุงผลการปฏิบัติงาน จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวในการวิจัยในครั้งนี้การสร้างความคิดใหม่ หมายถึงการแสดงออกด้านพฤติกรรมของพนักงานในการสร้างความคิดใหม่ในการแก้ไขปัญหาปรับปรุงการทำงานและการพัฒนาหรือเสนอความคิดใหม่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ กระบวนการ หรือการบริการที่ทำให้เกิดต่อองค์กร

- 2) การนำเสนอความคิด (Idea Promotion) โดยในขั้นตอนนี้หลังจากที่ความคิดสร้างสรรค์ได้ถูกสร้างขึ้นกระบวนการต่อมาคือ การขายความคิดหรือการนำเสนอความคิดโดยในกระบวนการนี้ต้องอาศัยความสัมพันธ์ทางกลุ่มซึ่งเป็นขั้นตอนหรือกระบวนการสำคัญที่นำไปสู่การปฏิบัติโดยผู้ที่

สร้างแนวคิดจะแสวงหากลุ่มคนมาสนับสนุนโดยการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม เพื่อหาผู้สนับสนุนให้กับแนวคิดของตนหรือเพื่อสร้างผู้สนับสนุนเพื่อให้มีอิทธิพลหรืออำนาจในการที่จะทำให้เกิดความตระหนักในแนวคิดนั้น ๆ และทำให้ความคิดเป็นที่ประจักษ์และง่ายต่อการปฏิบัติได้ (Kanter, 1988 อ้างถึงใน สุขุมล เกิดนอก, 2559) โดยในกระบวนการนี้ความคิดนวัตกรรมส่วนใหญ่จะเผชิญกับการต่อต้านอันเนื่องมาจากประการที่หนึ่งคือ นวัตกรรมโดยส่วนใหญ่มาจากการใช้วิธีการใหม่ๆ และการเสนอแนวคิดดังกล่าวนี้จะต้องสำรวจว่าจะเกิดผลกระทบกับพนักงานอย่างไร ในกรณีที่ความรู้และทักษะของพนักงานไม่ทันสมัย การต่อต้านอาจเกิดขึ้นเนื่องจากพนักงานไม่มีความมั่นใจในการทำและผลที่จะเกิดขึ้น ประการที่ 2 คือ คนส่วนใหญ่จะมีการรับรู้ข้อมูลแบบเลือกที่จะรับรู้ในมุมมองของตนเอง ดังนั้น ความคิดด้านนวัตกรรมจะไม่เป็นหน้าที่หลักในการรับรู้หรือในการปฏิบัติและประการที่สามประเด็นของการต่อต้านอาจเกิดมาจากบุคคลทั่วไปมีแนวโน้มที่จะกระจายการต่อต้านโดยการแบ่งปันการทำงานหรือเหตุการณ์ที่คุ้นเคยเนื่องจากการชอบทำพฤติกรรมแบบเดิม ๆ จึงอาจทำให้เกิดแนวโน้มในการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง ซึ่งในประเด็นนี้การหาผู้สนับสนุนต้องการการสร้างพันธมิตร ต้องอาศัยการจูงใจการโน้มน้าวและการผลักดันการเจรจาต่อรองไปสู่การปฏิบัติ (Van de Ven, 1986 อ้างถึงใน สุขุมล เกิดนอก, 2559) จากการทบทวนวรรณกรรมในการวิจัยในครั้งนี้การนำเสนอความคิด หมายถึง การแสดงออกด้านพฤติกรรมของพนักงานในการนำเสนอความคิดที่สร้างขึ้นโดยผู้ที่สร้างแนวคิดจะแสวงหากลุ่มคนมาสนับสนุนแนวคิดของตน หรือผู้สนับสนุนเพื่อให้มีอิทธิพลหรืออำนาจในการที่จะทำให้เกิดความตระหนักในแนวคิดนั้น ๆ และทำให้ความคิดเป็นที่ประจักษ์และง่ายต่อการปฏิบัติได้

3) การนำแนวคิดไปปฏิบัติจริง (Idea Realization) จากการอธิบายของ Kanter (1988) โดยในพฤติกรรมหรือขั้นตอนสุดท้ายนั้น คือ การทำให้นวัตกรรมเป็นจริง เช่น การผลิตตัวต้นแบบหรือโมเดลสำหรับชิ้นงานที่เป็นนวัตกรรมสำหรับนวัตกรรมจึงเป็นสิ่งที่สัมผัสได้หรือไม่ก็เป็นประสบการณ์ที่สามารถเป็นประโยชน์เชิงพาณิชย์โดยต้องสามารถแพร่กระจาย ผลิตได้จำนวนมากและกลายเป็นสิ่งที่ เป็นประโยชน์ซึ่งต้องใช้ความพยายามจากบุคคลในการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและการเปลี่ยนแนวความคิดให้เป็นจริง ซึ่งรวมถึงพฤติกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการทำงานและทดสอบและปรับปรุงแนวคิดเหล่านั้น (Van de Ven, 1986; Kanter, 1988; West and Farr, 1989, อ้างถึงใน สุขุมล เกิดนอก, 2559) จากการทบทวนวรรณกรรมในการวิจัยในครั้งนี้การนำแนวคิดไปปฏิบัติจริง หมายถึง การทำให้ความคิดเป็นจริง (Idea Realization and Innovation) เป็นการแสดงออกด้านพฤติกรรมของพนักงานในการลงมือปฏิบัติแนวความคิดเกี่ยวกับการแก้ปัญหา การปรับปรุง การพัฒนาหรือการสร้างนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์กระบวนการ หรือการบริการที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อองค์การให้เป็นจริง

พฤติกรรมการทำงาน จะเห็นว่า มีผู้ให้ความหมายใกล้เคียงกัน คือ กระบวนการที่เสริมสร้างให้พนักงานรับรู้สิ่งใหม่ ๆ ด้านความรู้ ความสามารถ ความเข้าใจ ทักษะและวิธีการในการทำงาน อันจะนำไปสู่ประสิทธิภาพในการทำงาน แต่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะให้คำนิยามไว้ว่า พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม คือ การนำความรู้และความคิดสร้างสรรค์มา ใช้ในการสร้างหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการจัดการ และสิ่งอื่น ๆ เพื่อทำให้เกิดสิ่งใหม่ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและตลาด โดยนวัตกรรมนี้จะเป็นตัวสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและผลกำไร

2.5 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

ประวัติกิจการไปรษณีย์ไทย

ยุคที่ 1 : กอปรการสื่อสารแห่งราชอาณาจักร จุดเริ่มต้นของการสื่อสารในสมัยก่อนนั้น เกิดจากการสร้างเส้นทางคมนาคมและเส้นทางการค้า โดยมีการติดต่อข่าวสารกันอย่างง่ายทั้งผ่านทางพ่อค้า ใช้ม้าเร็ว จนถึงการจัดตั้งคนเร็วไว้ตามเมืองสำคัญ ก็ถือเป็นพัฒนาการ ทางการส่งข่าวสารอย่างง่ายอีกช่องทางหนึ่งและเป็นเช่นนี้เรื่อยมาจนถึงยุคสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น จนมาถึงรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระมหากษัตริย์ไทยพระองค์แรกที่สนพระทัยในการเขียนจดหมายโต้ตอบเป็นภาษาอังกฤษ และทรงใช้ การไปรษณีย์ในการติดต่อกับประมุขและบุคคลทั้งภายใน และภายนอกประเทศ นับเป็นกุศโลบายอันเฉียบแหลมในการเจริญสัมพันธไมตรีกับมิตรประเทศ จนสามารถนำรัฐนาวาสยามฝ่าฟันวิกฤต ไม่ตกเป็นเมืองขึ้นของเหล่าประเทศมหาอำนาจในสมัยนั้น ด้วยเหตุนี้ "กิจการไปรษณีย์ไทย" จึงถือกำเนิดในรูปแบบต่าง ๆ การจัดทำตัวแสตมป์สำหรับการส่งหนังสือพิมพ์รายวัน ภาษาไทยครั้งแรก ซึ่งถือเป็นการเริ่มต้นกิจการไปรษณีย์ภายในกรุงเทพฯ นับแต่นั้นเป็นต้นมา ด้วยความสำคัญ และประโยชน์ของการส่งข่าวสารนี้เอง ที่ทำให้รัฐบาลสยามเตรียมการจัดตั้งกิจการไปรษณีย์ ในกรุงเทพฯ นับเป็นการเข้าสู่ยุคของการไปรษณีย์อย่างแท้จริง

ยุคที่ 2 : สืบศักดิ์ศรีไว้ในสากล ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ถือเป็นยุคแรกของการไปรษณีย์ไทย ด้วยการจัดตั้ง กรมไปรษณีย์ในประเทศไทย และการผลิต "แสตมป์ชุดโสฬส" แสตมป์ชุดแรกของประเทศ รวมไปถึงจัดพิมพ์ ไปรษณียบัตรครั้งแรก เพื่อรองรับกิจการไปรษณีย์ที่เกิดขึ้นในขณะนั้นอีกด้วย กิจการไปรษณีย์ของคนไทยในยุคสมัยนั้น มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นอยู่เสมอ จึงได้ดำเนินการจัดทำโครงการต่าง ๆ เพื่องานไปรษณีย์ในทุกด้าน ทั้งการเข้าร่วมกับกลุ่มสหภาพสากลไปรษณีย์ เพื่อให้สามารถขนส่งและแลกเปลี่ยนไปรษณีย์ภัณฑ์กับต่างประเทศได้ และเพื่อจัดเตรียมบุคลากรเข้าศึกษาและฝึกงานด้านไปรษณีย์สำหรับเข้าทำงานในกรมไปรษณีย์อย่างมีประสิทธิภาพ ในเวลาต่อมาได้จัดตั้งโรงเรียนไปรษณีย์และคมนาคมขึ้น รวมไปถึงการขยายกิจการไปรษณีย์ด้วยการจัดสร้างที่ทำการไปรษณีย์แห่งที่ 2 อีกด้วย แม้ว่าเกิดเหตุการณ์ร้ายแรง

ใด ๆ ก็ตาม กรมไปรษณีย์ก็ไม่หยุดให้บริการแก่ประชาชน เพราะเล็งเห็นถึงความสำคัญของการติดต่อสื่อสารเช่นเดียวกับช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 กรมไปรษณีย์โทรเลขก็ไม่เคยหยุดทำการ เช่นกัน

ยุคที่ 3 : อภิวิวัฒนาการไปรษณีย์ไทย จากการมีส่วนร่วมในการประชุมองค์การสากลระหว่างประเทศหลายครั้งทำให้มีการปรับเปลี่ยนงานด้านองค์กร และด้านบริการอย่างต่อเนื่อง โดยกระทรวงโยธาธิการประกาศให้รวมกรมไปรษณีย์และกรมโทรเลขเข้าด้วยกันเรียกว่า "กรมไปรษณีย์โทรเลข" เพื่อให้การบริหารราชการดำเนินไปอย่างสะดวกขึ้น การพัฒนางานไปรษณีย์ในยุคนั้น อยู่ภายใต้การควบคุมของกระทรวงโยธาธิการ ซึ่งได้ดำเนินการทำหนังสือ สัญญาเส้นขนส่งไปรษณีย์ครอบคลุมทุกเส้นทางคมนาคม เป็น การรองรับความสะดวก และรวดเร็วของการส่ง ไปรษณีย์ภัณฑ์ได้อย่างทั่วถึง กิจการสื่อสารไทยนั้น ได้รับการพัฒนาและขยายบริการให้ครอบคลุมอย่างไม่หยุดยั้งและกว้างขวางมากที่สุด ในช่วงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เริ่มจากการเปิดทำการไปรษณีย์โทรเลขครบ 18 มณฑล ทั่วประเทศ การใช้รถยนต์ขนส่งไปรษณีย์ภัณฑ์และการเปิดเส้นทางขนส่งไปรษณีย์ภัณฑ์ทางอากาศในประเทศ เนื่องจากกิจการของกรมไปรษณีย์โทรเลขในช่วงนั้นได้ขยายงานอย่างรวดเร็ว ทำให้ต้องย้ายจากตึกไปรษณียาคาร มารวมกับที่ทำการไปรษณีย์แห่งที่ 2 และได้เปลี่ยนชื่อเป็น "ที่ทำการไปรษณีย์กลาง" ดังปรากฏจนถึงปัจจุบัน เมื่อเข้าสู่ร้อยต่อครั้งสำคัญที่สุดในประวัติศาสตร์การเมืองปกครองระดับประเทศจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชมาเป็นระบอบประชาธิปไตยนั้นกรมไปรษณีย์โทรเลขต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงอีกหลายครั้ง โดยเฉพาะการแก้ไขปรับปรุงและ ตรากฎหมายขึ้นมาบังคับใช้หลายฉบับ รวมไปถึงการจัดส่วนราชการตามพระราชกฤษฎีกา เพื่อแยกงานด้านต่าง ๆ ที่เคยอยู่ภายใต้กรมไปรษณีย์โทรเลข มาจัดตั้งเป็นหน่วยงานเอกเทศ ความพยายามที่จะปรับปรุงกิจการ ให้มีความคล่องตัว ในระบบการบริหาร เพื่อให้เกิดการบริการที่มีประสิทธิภาพ จนเกิดการพลิกโฉมหน้าประวัติศาสตร์ครั้งสำคัญของกรมไปรษณีย์โทรเลขเมื่อมีประกาศใช้พระราชบัญญัติ

ยุคที่ 4 : อารังพันธกิจเพื่อประชา การดำเนินงานในรูปแบบรัฐวิสาหกิจภายใต้ชื่อ "การสื่อสารแห่งประเทศไทย" ยังคงสืบสานเจตนารมณ์ที่จะให้การติดต่อสื่อสารทั้งไปรษณีย์และโทรคมนาคมของไทย มีความเจริญพัฒนาก้าวไกล มีส่วนเสริมสร้างเศรษฐกิจและ วิถีชีวิตของคนไทย โดยกรมไปรษณีย์โทรเลขยังคงมีสถานะเป็นหน่วยงานราชการที่ทำหน้าที่ด้านนโยบาย และบริหาร คลื่นความถี่วิทยุเช่นเดิม ตลอดระยะเวลา 25 ปี ของการสื่อสารแห่งประเทศไทย ภายใต้สังกัดกระทรวงคมนาคม กสท. ไม่เคยหยุดนิ่ง ต่อการพัฒนาความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี สร้างระบบเชื่อมโยงเครือข่าย พัฒนาคุณภาพบริการสื่อสารทั้งด้าน ไปรษณีย์และโทรคมนาคม ดังคำขวัญที่ว่า "เครือข่ายทั่วโลก โยงใยทั่วโลก" และเพื่อรองรับความก้าวหน้าที่พัฒนา อย่างไม่หยุดยั้ง จึงเกิดอาคารสำนักงานใหญ่ที่ ถนนแจ้งวัฒนะ หลักสี่ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 วันนี้นักกิจการไปรษณีย์ได้ก้าวมาถึงจุดเปลี่ยนที่สำคัญอีกช่วงหนึ่งคือการแปลงสภาพการสื่อสารแห่งประเทศไทย มาจัดตั้งเป็นบริษัท

ไปรษณีย์ไทย จำกัด และ บริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรรัฐวิสาหกิจภายใต้กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2546 นับเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญของประวัติศาสตร์การไปรษณีย์อีกครั้งหนึ่ง ที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของพนักงาน ที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง และร่วมมือกันอย่างเต็มกำลังความสามารถ เพื่อการปฏิรูปกิจการไปรษณีย์ นำสู่บริการ ที่ตอบสนองทุกความต้องการของประชาชน เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน มีรายได้ที่เลี้ยงตัวเองได้ตลอดไป

ยุคที่ 5 : ดำเนินวัฒนาเพื่อปวงชน ปัจจุบัน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มุ่งมั่นในการเป็นผู้นำธุรกิจไปรษณีย์และให้บริการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองทุกความต้องการของธุรกิจและคนไทยในทุกระดับ ทุกพื้นที่ ด้วยศักยภาพของเครือข่ายที่ทำการ ไปรษณีย์กว่า 1,200 แห่ง และศูนย์ไปรษณีย์ 13 แห่ง ทั้งในกรุงเทพฯ และภูมิภาค พร้อมด้วยบุคลากรที่ชำนาญงาน ตลอดจนเครื่องมืออันทันสมัย และ การพัฒนาที่ไม่หยุดนิ่ง เพื่อเชื่อมโยงเข้ากับเครือข่ายไปรษณีย์ทั่วโลก กิจการไปรษณีย์จึงพร้อมเป็นผู้เชื่อมโยงที่ดีที่สุด ด้วยบริการที่มีคุณภาพ ตอบสนองทุกความต้องการได้อย่างตรงจุด

ลำดับเหตุการณ์ "ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2423 ถึง ปัจจุบัน"

ใน ปี พ.ศ. 2423 เจ้าหมื่นเสมอใจราช หัวหน้ามหาดเล็กเวรสิทธิ์ ได้ทำหนังสือกราบบังคมทูล พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ถวายคำแนะนำให้เปิดบริการไปรษณีย์ขึ้นในประเทศไทย โดยพระบาทสมเด็จพระ จุลจอมเกล้า เจ้าอยู่หัว ทรงมีพระราชดำริเห็นชอบ จึงทรงแต่งตั้งให้ สมเด็จพระเจ้าน้องยาเธอเจ้าฟ้าภาณุรังษีสว่างวงศ์ กรมหลวงภาณุพันธุ์วงศ์วรเดช ผู้ทรงมี ประสพการณ์ เกี่ยวกับการจัดส่งหนังสือพิมพ์รายวัน "ข่าวราชการ" ดำรงตำแหน่ง ผู้สำเร็จราชการกรมไปรษณีย์

เมื่อสมเด็จพระเจ้าน้องยาเธอเจ้าฟ้า ภาณุรังษีสว่างวงศ์ฯ ได้ทรงวางโครงการและ เตรียมการไว้ พร้อมทั้งจะเปิด บริการไปรษณีย์ ได้แล้ว ก็ได้ประกาศเปิดรับฝาก ส่งจดหมายหรือหนังสือ เป็นการทดลองในเขต พระนครและธนบุรีขึ้น เมื่อวันที่ 4 สิงหาคม พ.ศ. 2426 มีที่ทำการตั้งอยู่ ณ ดึกใหญ่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาตอนปากคลองโอ่งอ่าง ด้านทิศเหนือ (ปัจจุบันถูกรื้อเพื่อใช้ที่สร้างสะพานคู่ขนานกับ สะพานพุทธ) ที่ทำการแห่งแรกนี้ใช้เป็น ที่ทำการไปรษณีย์สำหรับจังหวัดพระนคร ด้วยเรียกกันว่า "ไปรษณียาคาร"

ต่อมาในปี พ.ศ. 2441 เสนาบดีกระทรวงโยธาธิการกราบบังคมทูล เสนอความเห็นว่าราชการของกรม ไปรษณีย์และราชการของกรมโทรเลข ซึ่งตั้งขึ้นก่อนกรมไปรษณีย์แล้วนั้นเป็นงานในด้านสื่อสารด้วยกันควรรวมเป็นหน่วยราชการเดียวกันเสีย เพื่อความสะดวกแก่การดำเนินงาน พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงเห็น เป็นสมควรจึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้รวมหน่วยงานทั้งสองเข้าด้วยกันเรียกว่า "กรมไปรษณีย์โทรเลข"

ต่อมาได้ย้ายไปใช้อาคารและที่ดินริมถนน เจริญกรุงเป็นที่ทำการและเรียกกันโดยทั่วไปว่า "ที่ทำการไปรษณีย์กลาง" การไปรษณีย์ เป็นบริการสาธารณะจำเป็นต้องมีระเบียบข้อบังคับเพื่อให้ประชาชนผู้ใช้บริการและ เจ้าหน้าที่ ผู้ดำเนินบริการทราบและถือปฏิบัติเมื่อเปิดการไปรษณีย์โทรเลขได้ประมาณ 2 ปีแล้ว รัฐบาลจึงได้ตรากฎหมายขึ้น ในปี พ.ศ. 2428 เรียกว่า "พระราชบัญญัติการไปรษณีย์ไทย จุลศักราช 1248"

เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2520 ได้มีการจัดตั้ง "การสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.)" ตามพระราชบัญญัติ การสื่อสารแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2519 โดยรับมอบกิจการด้านปฏิบัติการทั้งหมดรวมถึงการให้บริการไปรษณีย์จากกรมไปรษณีย์โทรเลขมาดำเนินการ โดยมีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจ ใช้สถานที่ปฏิบัติงาน ณ ที่ทำการไปรษณีย์กลาง ต่อมา สำนักงานใหญ่ย้ายมาอยู่ที่ถนนแจ้งวัฒนะ ซึ่ง กสท. ได้ปรับปรุงและพัฒนาบริการให้เจริญก้าวหน้ามาโดยตลอด จนเป็น รัฐวิสาหกิจชั้นนำที่ยิ่งใหญ่ มีศักยภาพเครือข่าย ระบบ และคุณภาพบริการระดับมาตรฐานสากล

จากนโยบายรัฐบาลที่ต้องการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้เทียบเท่าภาคเอกชน ซึ่ง กสท. เป็นหนึ่งในรัฐวิสาหกิจที่ต้องดำเนินการตามนโยบายดังกล่าว โดยเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2546 คณะรัฐมนตรี มีมติให้แปรรูป กสท. ตามแผนแม่บทพัฒนากิจการโทรคมนาคม และพระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 แยกกิจการเป็น 2 บริษัท คือ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ซึ่งจดทะเบียน จัดตั้งเป็นบริษัท เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2546 ใช้ชื่อใหม่ว่า บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ตามนโยบายของรัฐบาล แต่ยังคงสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจอยู่เหมือนเดิม และได้เปลี่ยนมาสังกัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และได้พัฒนาปรับปรุงบริการโดยนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการให้บริการและยังได้พัฒนาต่อไปอย่างต่อเนื่อง

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) ยังคงสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ตั้งอยู่ที่ อาคารสำนักงานใหญ่ ปณท ถนนแจ้งวัฒนะ โดยปฏิรูปภาพลักษณ์ใหม่ ปรับปรุงบริการและการให้บริการไปรษณีย์แก่ประชาชนทั่วไปและพัฒนาการให้บริการเชิงธุรกิจเพื่อให้ ปณท ก้าวไกล ทันสมัย ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและเอื้อประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างต่อเนื่องตลอดไป (ประวัติบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, ออนไลน์)

หน่วยงานต้นสังกัด

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นผู้นำในธุรกิจไปรษณีย์และการให้บริการ Logistics ครบวงจรในอาเซียน

พันธกิจ (Mission)

1. ให้บริการจัดส่งสินค้าและข่าวสารทั่วประเทศที่ประชาชนเข้าถึงได้อย่างสะดวก
2. พัฒนาให้ไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจไปรษณีย์และ Logistics ของอาเซียน
3. ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ มีกำไรอย่างยั่งยืนและสนับสนุนการพัฒนาบริการของลูกค้า

วัตถุประสงค์ (Objectives)

1. เพื่อให้บริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล และแสวงหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ
2. เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการที่ดีในองค์กรทุกระดับ มีความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้
3. เพื่อวางรากฐานการพัฒนาองค์กรในระยะเวลา 5 ปี ข้างหน้า ให้สามารถดำเนินธุรกิจภายใต้สภาวะการแข่งขันได้อย่างมั่นคงโดยพัฒนาบุคลากรให้สามารถเรียนรู้และทำงานในรูปแบบธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นโยบาย (Policies)

1. ด้านการให้บริการ ให้บริการไปรษณีย์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องต่อเนื่อง ที่มีคุณภาพดี รวดเร็ว ตรงเวลา ในอัตราค่าบริการเหมาะสม
2. ด้านการตลาด มุ่งเน้นการตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าทุกระดับ
3. ด้านการเงินและการลงทุน ดำเนินการให้พึ่งตนเองได้ในด้านการเงินและสามารถลงทุนขยายงานต่อไปในอนาคต
4. ด้านบุคลากร บริหารบุคลากรให้มีประสิทธิภาพและส่งเสริมให้มีสวัสดิการด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม
5. ด้านการบริหารและการจัดการ พัฒนาการบริหารจัดการให้อุปสรรคต่อการดำเนินงานในเชิงธุรกิจ

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธนกุลต แซ่ไคว่ (2557) ศึกษาปัจจัยด้านองค์กรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงานเพื่อรองรับเศรษฐกิจอาเซียน ของกลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปเนื้อสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงานเพื่อ รองรับเศรษฐกิจอาเซียนของกลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปเนื้อสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเพื่อศึกษาอิทธิพลของการสนับสนุนจากผู้บริหาร แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม และบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานที่มีต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่ถูกคัดเลือกมาจากพนักงานระดับทำงานของบริษัทในกลุ่ม อุตสาหกรรมแปรรูปเนื้อสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวนทั้งสิ้น 400

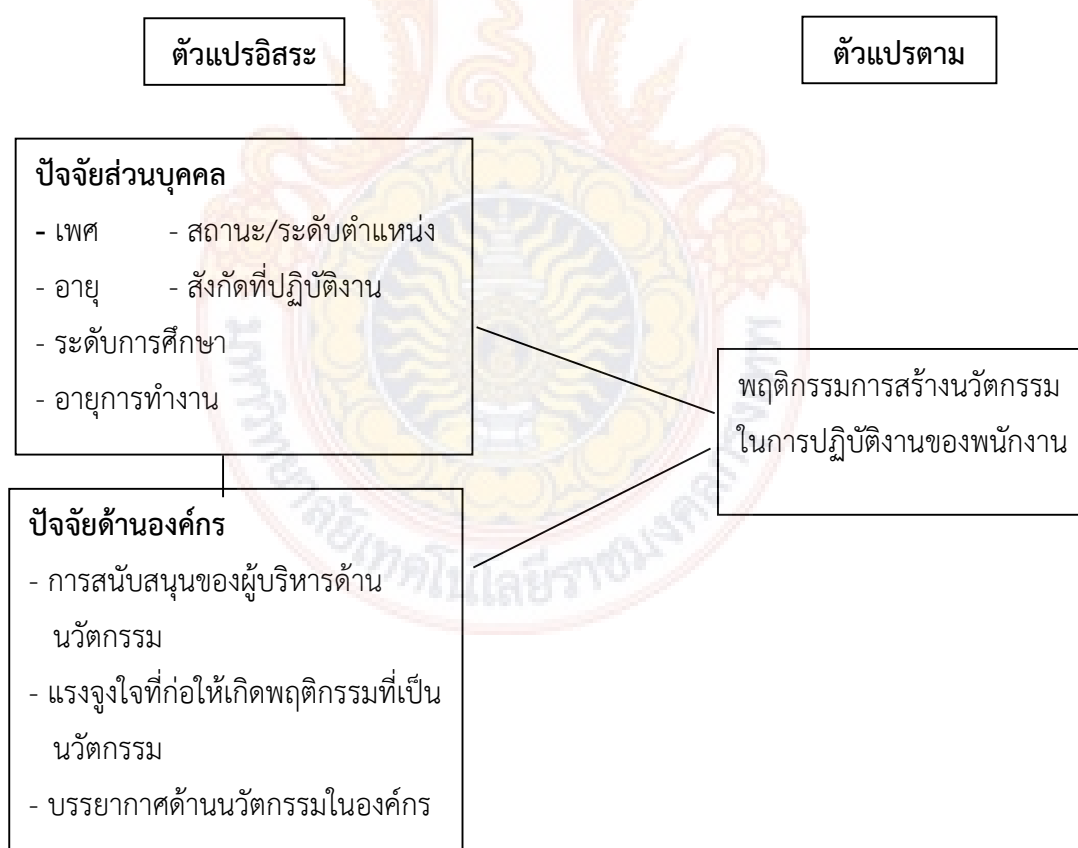
คน ซึ่ง แบ่งตัวอย่างเป็นกลุ่มย่อยโดยใช้เกณฑ์เท่าๆกัน ซึ่งแบ่งได้เป็น 8 กลุ่ม เนื่องจาก แต่ละบริษัทมีจำนวน พนักงานใกล้เคียงกัน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.944 พบว่า การสนับสนุนจากผู้บริหาร แรงจูงใจและบรรยากาศที่สร้างนวัตกรรมในการ ปฏิบัติงาน ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงานในทิศทางเดียวกัน แต่เมื่อพิจารณาค่า สัมประสิทธิ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลทางบวกมากที่สุดคือปัจจัยด้าน บรรยากาศที่สร้าง พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน ซึ่งบรรยากาศด้านผู้ร่วมงานเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้และ แสดงความคิดเห็นในการแก้ปัญหาาร่วมกัน ทำให้พนักงานสามารถปรับตัวเอง เข้ากับสิ่งใหม่ได้เป็นอย่างดี

อุทัยวรรณ เกตุบุญมี (2553) ศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิตโรงงานผลิตกระเบื้อง ในเขตอำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรีกลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานระดับปฏิบัติการโรงงานผลิตกระเบื้องทั้งหมด จำนวน 400 คน พบว่ามีระดับแรงจูงใจในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือ ด้านสภาพในการทำงาน ด้านสัมพันธภาพระหว่างบุคคล ด้านการยอมรับนับถือ ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ และด้านโอกาสในการก้าวหน้า และด้านพฤติกรรมการทำงาน พบว่ามีระดับพฤติกรรมการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ตรีทิพ บุญแยม (2554) ได้ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุทุกระดับที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสร้างนวัตกรรม ระดับบุคคลและระดับกลุ่มงานเพื่อสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในบริษัทเอกชนของไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบแบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์ทุกระดับระหว่างปัจจัยระดับบุคคลและระดับกลุ่มงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในระดับบุคคลและระดับกลุ่มงาน โดยมีนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เป็นผลผลิตสุดท้าย กลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกในกลุ่มงานในแผนกวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัท ประกอบไปด้วยหัวหน้ากลุ่มงานและสมาชิกในกลุ่มงาน ที่มีจำนวนสมาชิกอยู่ระหว่าง 3 - 13 คน โดยต้องร่วมกันทำงานจนสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับบริษัทมาแล้วอย่างน้อย 1 ชิ้นงาน สำหรับบริษัทที่ผู้วิจัยได้คัดเลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างนั้น จะต้องเป็นบริษัทเอกชนของไทยที่เคยได้รับรางวัล หรือการคัดเลือกว่ามีความสามารถด้านพัฒนานวัตกรรม หรือเป็นเครือข่ายนวัตกรรมของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ในระหว่างปีพ.ศ. 2552 ถึง 2553 ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลกับบริษัทเป้าหมายดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับพนักงานในกลุ่มงานจำนวนทั้งสิ้น 177 คน จาก 45 กลุ่มงาน ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในระดับบุคคลได้รับผลจากตัวแปรทั้งในระดับบุคคลและระดับ กลุ่มงาน พฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในระดับกลุ่มส่งผลต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แต่ไม่พบว่าตัวแปรในระดับกลุ่ม งานใดส่งผลต่อพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในระดับกลุ่มงาน อย่างไรก็ตามการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ส่งผลต่อบรรยากาศส่งเสริมนวัตกรรมในกลุ่มงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วสันต์ สุทธาวาส และ ประสพชัย พสนนธ์ (2558) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมระดับบุคคลในสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานงานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมระดับบุคคลในสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานศึกษา 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมระดับบุคคลในสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ซึ่งเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือบุคลากรที่ปฏิบัติงานในสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ตำแหน่ง นักวิชาการศึกษา จำนวน 172 คนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณและใช้การเลือกตัวแปรเข้าสมการแบบขั้นตอน พบว่า มีตัวแปรอิสระจำนวน 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) เครือข่ายทางสังคม 2) การเปิดกว้างทางความคิด และ 3) ลักษณะการคิดริเริ่ม ผลการวิจัยพบว่า ทั้ง 3 ปัจจัย ล้วนส่งผลต่อพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมระดับบุคคลในสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานทั้งสิ้น

2.7 กรอบแนวคิด



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดข้างต้นผู้วิจัยได้ปรับจาก ธนกฤต แซ่โค้ว (2557) ที่ศึกษาปัจจัยด้านองค์กรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงานเพื่อรองรับเศรษฐกิจอาเซียน ของกลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปเนื้อสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนจากผู้บริหารด้านนวัตกรรม แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม บรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน



บทที่ 3

วิธีการดำเนินวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านองค์กรที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่อไปนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวนพนักงาน/ลูกจ้างประจำ และลูกจ้าง มีจำนวนทั้งหมด 28,993 คน (โครงสร้างอัตรากำลัง ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561)

กลุ่มตัวอย่าง (Simple) การศึกษาครั้งนี้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การเปิดตารางกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ เครซีและมอร์แกน ซึ่งได้จำนวน 379 คน

ตารางที่ 2.1 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของเครซี่และมอร์แกน

ขนาดประชากร	ขนาดตัวอย่าง	ขนาดประชากร	ขนาดตัวอย่าง	ขนาดประชากร	ขนาดตัวอย่าง	ขนาดประชากร	ขนาดตัวอย่าง	ขนาดประชากร	ขนาดตัวอย่าง
10	10	100	80	280	162	800	260	2,800	338
15	14	110	86	290	165	850	265	3,000	341
20	19	120	92	300	169	900	269	3,500	346
25	24	130	97	320	175	950	274	4,000	351
30	28	140	103	340	181	1,000	278	4,500	354
35	32	150	108	360	186	1,100	285	5,000	357
40	36	160	113	380	191	1,200	291	6,000	361
45	40	170	118	400	196	1,300	297	7,000	364
50	44	180	123	420	201	1,400	302	8,000	367
55	48	190	127	440	205	1,500	306	9,000	368
60	52	200	132	460	210	1,600	310	10,000	370
65	56	210	136	480	214	1,700	313	15,000	375
70	59	220	140	500	217	1,800	317	20,000	377
75	63	230	144	550	226	1,900	320	30,000	379
80	66	240	148	600	234	2,000	322	40,000	380
85	70	250	152	650	242	2,200	327	50,000	381
90	73	260	155	700	248	2,400	331	75,000	382
95	76	270	159	750	254	2,600	335	100,000	384

ที่มา : Robert V. Krejcie and Eayrle W. Morgan, 1970 อ้างใน อีรุติ เอกะกุล, 2543.

ดังนั้น เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 405 ตัวอย่าง และสุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง

3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสร้างขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร และแนวคำถามในแบบสอบถามงานวิจัยของธนกฤต แซ่โค้ว (2557) ซึ่งเนื้อหาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อายุการทำงานระดับการศึกษา สถานะ/ระดับตำแหน่ง และสังกัดที่ปฏิบัติงาน โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามวัดระดับปัจจัยด้านองค์กรของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน คือ การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม และบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร โดยให้คะแนนตามเกณฑ์การวัดแบบ Likert's Scales แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1	2	3	4	5

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามวัดระดับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของผู้ตอบแบบสอบถามโดยแบ่งเป็น 3 ด้าน คือ การสร้างความคิด การนำเสนอความคิด และการทำให้ความคิดเป็นจริงโดยให้คะแนนตามเกณฑ์การวัดแบบ Likert's Scales แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนเป็นระดับการปฏิบัติงาน ดังนี้

น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1	2	3	4	5

เกณฑ์ในการประเมินค่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ของแบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ซึ่งมีเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตามสูตรการหาอัตราภาคชั้น เพื่อหาเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยที่ได้ (ธานินท์ ศิลป์จารุ, 2548, หน้า 112) ตามสูตรการคำนวณ ดังนี้

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

โดยใช้เกณฑ์การแปลผลความหมายของค่าเฉลี่ยที่ได้จากการคำนวณ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง ระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ขั้นตอนการสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือแบบสอบถาม ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวิจัยและนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดและสร้างแบบสอบถาม

2. พัฒนาแบบสอบถามโดยการอ้างอิงข้อคำถามที่ใช้อธิบายตัวแปรจากงานวิจัยที่เคยทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากชุดของข้อคำถามเหล่านั้นได้ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรง ความน่าเชื่อถือ และวิเคราะห์องค์ประกอบมาเป็นที่ยอมรับแล้ว จึงนำมาประยุกต์ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ที่สอดคล้องกับกรอบแนวคิด ในการค้นคว้าอิสระ และเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ขอคำแนะนำและนำมาปรับปรุงแก้ไข

3. การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไข แล้วนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อหาค่าดัชนีวัดความสอดคล้องของคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย หรือเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence : IOC) ในการพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความเหมาะสมของเครื่องมือวิจัยโดยพิจารณาประเด็นคำถามในด้านความชัดเจน ความสอดคล้องเหมาะสมในการใช้วัดตัวแปร ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงแบบสอบถาม ให้มีความเหมาะสม โดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

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

โดย IOC แทน ดัชนีความสอดคล้อง

R แทน คะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ

$$\frac{\sum R \text{ แทน ผลรวมของคะแนนพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ}}{N \text{ แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ}}$$

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 - 1.00 แสดงว่ามีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา มีความเหมาะสมในการใช้วัดตัวแปรที่ทำการศึกษได้ ส่วนข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 จะต้องทำการปรับปรุงหรือตัดออก เนื่องจากไม่มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Rovinelli and Hambleton, 1977)

4. การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้วิจัยหาความเชื่อมั่นโดยการนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดสอบกับกลุ่มประชากร จำนวน 30 ชุด โดยนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น ของชุดคำถาม ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาใช้สูตรของ ครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) คำนวณได้จากสูตร

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

โดย	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่น
	K	แทน	จำนวนข้อ
	s_i^2	แทน	ความแปรปรวนแต่ละข้อ
	s_t^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวม

หลังจากนำแบบสอบถามไปทดสอบขั้นต้นแล้ว จึงนำไปวิเคราะห์หาความสอดคล้อง ภายใน (Internal Consistency) โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาไม่ต่ำกว่า 0.70 (George and Mallery, 2003) และนำผลที่ได้เข้าปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา ผลค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามดังนี้

ส่วนของคำถาม	ค่าอัลฟาแสดงความเชื่อมั่น (กลุ่มทดลอง)
การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม	0.891
แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม	0.896
บรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร	0.839
พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน	0.870

จากการพิจารณาค่าความเชื่อมั่นที่ได้อยู่ในเกณฑ์มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ในช่วง 0.896 – 0.839 ซึ่งมากกว่า 0.70 จึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและมีค่าความเชื่อมั่นสูงสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนต่อไปได้

5. สร้างแบบสอบถามฉบับจริงที่ผ่านการปรับปรุงแล้ว เพื่อนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาวิจัย

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอน ดังนี้

3.3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร ข้อมูลการวิจัย ทบทวนวรรณกรรมทั้งจากหนังสือ ตำราวิชาการ และบทความที่เกี่ยวข้อง และจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์รวมทั้งแนวคิดและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามเพื่อนำไปสำรวจด้วยตนเอง จำนวน 400 ชุด ในการเก็บข้อมูลได้แจกแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ โดยผ่าน Google Form ทั้งนี้โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 405 ตัวอย่าง แล้วทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Statistics Version 17.0 For Windows และสรุปผลการศึกษาวิจัยต่อไป

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับใช้วิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.4.1 สถิติเชิงพรรณนา หรือสถิติบรรยาย

3.4.1.1 ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ใช้ในการอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน สถานะ/ระดับตำแหน่ง และสังกัดที่ปฏิบัติงานในบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

โดยวิธีหาค่าร้อยละ (Percentage) คำนวณได้จากสูตร

$$p = \frac{f}{N} \times 100$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละ
	f	แทน	ความถี่ที่ต้องการแปลงเป็นร้อยละ
	N	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมด

3.4.1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้ในการอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้สูตร

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	N	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยคำนวณได้จากสูตร

$$s. d. = \sqrt{\frac{\sum (X - \bar{X})^2}{N}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	X	แทน	คะแนนแต่ละตัว
	$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต
	N	แทน	จำนวนข้อมูลทั้งหมด

3.4.2 สถิติเชิงอ้างอิง ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.4.2.1 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มี 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบ t-test กรณีที่มีความแปรปรวนของประชากรเท่ากัน ใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}, df = n_1 + n_2 - 2$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าการแจกแจงของที (t – Distribution)
	$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทน	ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

กรณีที่มีความแปรปรวนของประชากรไม่เท่ากัน ใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}, df = \frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}\right)}{\frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1}\right)^2}{n_1 - 1} + \frac{\left(\frac{S_2^2}{n_2}\right)^2}{n_2 - 1}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าการแจกแจงของ t – Distribution
	$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทน	ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

3.4.2.2 การหาค่าทดสอบ F – test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 3 กลุ่มขึ้นไปโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Anova) โดยใช้สูตร

$$F = \frac{MS_B}{MS_W}, df = k, n_i = k$$

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติในการแจกแจงแบบ F – Distribution
	MS_B	แทน	ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MS_W	แทน	ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

3.4.2.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบพหุคูณแบบ LSD โดยใช้สูตร

$$LSD = t_{1 - \frac{\alpha}{2}; n - k} \sqrt{MSE \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

ถ้า $n_i = n_j$ จะทำให้

$$LSD = t_{1 - \frac{\alpha}{2}; n - k} \sqrt{\frac{2MSE}{n_i}}$$

เมื่อ	LSD	แทน	ค่าสถิติที่ใช้เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่
	MS_E	แทน	ค่าความแปรปรวนของ One Way Anova
	n_i	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง n_i
	n_j	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง n_j

3.4.2.4 สำหรับการอภิปรายผลการศึกษาใช้การวิเคราะห์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัว ได้แก่ การสนับสนุนจากผู้บริหารด้านนวัตกรรม แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม และบรรยากาศด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กรซึ่งใช้มาตรวัดอันตรายภาคกับตัวแปร ตามหนึ่งตัวคือ พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้สถิติการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Correlation Analysis)

โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การวัดระดับความสัมพันธ์ 5 ระดับและการแปลความหมาย (Hinkle D. E. 1998, p. 118) ไว้ดังนี้

ค่า r	ระดับของความสัมพันธ์
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่า 0.90 - 1.00	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่า 0.70 - 0.90	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่า 0.50 - 0.70	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่า 0.30 - 0.50	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่า 0.00 - 0.30	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก

เครื่องหมาย +,- หน้าตัวเลขสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะบอกถึงทิศทางของความสัมพันธ์ โดยพิจารณาจาก

- r มีเครื่องหมาย + หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน
(ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง อีกตัวหนึ่งจะมีค่าสูงไปด้วย)
- r มีเครื่องหมาย - หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางตรงกันข้าม
(ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง ตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะมีค่าต่ำ)

ยกเว้นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์บางชนิดที่มีลักษณะ $0 \leq r \leq 1$ ซึ่งจะบอกได้เพียงขนาดหรือระดับของความสัมพันธ์เท่านั้น ไม่สามารถบอกทิศทางของความสัมพันธ์ได้

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านองค์กรที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน” กรณีศึกษา : บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 405 คน นำเสนอผลการวิจัยทั้งหมด 4 หัวข้อ ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของบุคลากรผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านองค์กร
- 4.3 ระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน
- 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ข้อมูลทั่วไปของบุคลากรผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของบุคลากรผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) แสดงผลดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละเพศ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	276	68.1
หญิง	129	31.9
รวม	405	100.0

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยเพศชาย จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 68.1 และเพศหญิง จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละอายุ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 ปี	69	17.0
31 – 40 ปี	161	39.8
41 – 50 ปี	102	25.2
51 ปีขึ้นไป	73	18.0
รวม	405	100.0

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 อายุ 41-50 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 อายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และอายุไม่เกิน 30 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละอายุการทำงาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ปี	8	2.0
1 – 5 ปี	75	18.5
6 – 10 ปี	100	24.7
11 – 15 ปี	83	20.5
มากกว่า 15 ปี	139	34.3
รวม	405	100.0

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุการทำงานมากกว่า 15 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 อายุการทำงานระหว่าง 6-10 ปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 อายุการทำงานระหว่าง 11-15 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 อายุการทำงานระหว่าง 1-5 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และอายุการทำงานไม่เกิน 1 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	51	12.6
ปวช./ปวส.	54	13.3
ปริญญาตรี	230	56.8
ปริญญาโท	69	17.0
ปริญญาเอก	1	0.2
รวม	405	100.0

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 ระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ระดับการศึกษา ปวช./ปวส. จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ระดับศึกษามัธยมศึกษา จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.6 และระดับการศึกษาปริญญาเอก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละสถานะ / ระดับตำแหน่ง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานะ / ระดับตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
ผู้รับจ้างทำของ (จ้างเหมา)/ลูกจ้างรายวัน/ลูกจ้างประจำ	53	13.1
พนักงานระดับ 1 – 4	89	22.0
พนักงานระดับ 5 – 7	200	49.4
พนักงานระดับ 8 ขึ้นไป	63	15.6
รวม	405	100.0

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานะ/ระดับตำแหน่งเป็น พนักงานระดับ 5-7 จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 49.4 เป็นพนักงานระดับ 1-4 จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 เป็นพนักงานระดับ 8 ขึ้นไป จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 และผู้รับจ้างทำของ (จ้างเหมา)/ลูกจ้างรายวัน/ลูกจ้างประจำ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.1

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละสังกัด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

สังกัด	จำนวน	ร้อยละ
สายงานส่วนกลาง	183	45.2
สายงานปฏิบัติการ	222	54.8
รวม	405	100.0

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสังกัดสายงานปฏิบัติการ จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 และสังกัดสายงานส่วนกลาง จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2

4.2 ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านองค์กร

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) แสดงผลดังนี้

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของ การสนับสนุนของ ผู้บริหารด้านนวัตกรรม/การสนับสนุนด้านความรู้

การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม	ค่าเฉลี่ย	S.D	แปลผล
การจัดให้มีแหล่งค้นคว้าหาความรู้	3.29	0.81	ปานกลาง
การจัดอบรมพัฒนาองค์ความรู้	3.50	0.84	มาก
การจัดไปศึกษาดูงานนอกสถานที่	2.86	1.05	ปานกลาง
การสนับสนุนด้านความรู้	3.22	0.80	ปานกลาง

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบมีระดับความคิดเห็นต่อ การสนับสนุนด้านความรู้ ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.22 เมื่อจำแนกรายด้าน การจัดอบรมพัฒนาองค์ความรู้ เป็นอันดับ 1 เห็นด้วยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมาเป็นการจัดให้มีแหล่งค้นคว้าหาความรู้ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.29 และการจัดไปศึกษาดูงานนอกสถานที่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.86

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม/การสนับสนุนด้านผลตอบแทน

การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม	ค่าเฉลี่ย	S.D	แปลผล
การให้เวลาในการศึกษาอบรมความรู้ในต่างประเทศ	2.26	1.11	น้อย
การให้รางวัลผลตอบแทนในการค้นพบนวัตกรรมใหม่ ๆ	3.01	1.00	ปานกลาง
การประเมินผลงานประจำปีให้ได้ระดับที่ดีขึ้น	3.13	0.93	ปานกลาง
การสนับสนุนด้านผลตอบแทน	2.80	0.89	ปานกลาง

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบมีระดับความคิดเห็นต่อการสนับสนุนด้านผลตอบแทนในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.80 เมื่อจำแนกรายด้าน การประเมินผลงานประจำปีให้ได้ระดับที่ดีขึ้นในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.13 รองลงมาเป็นการให้รางวัลผลตอบแทนในการค้นพบนวัตกรรมใหม่ ๆ ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.01 และการให้เวลาในการศึกษาอบรมความรู้ในต่างประเทศในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.26

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม/การสนับสนุนด้านงบประมาณ

การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม	ค่าเฉลี่ย	S.D	แปลผล
มีเงินสนับสนุน เทคโนโลยีและเครื่องมือที่ทันสมัยที่สนับสนุนการทำงานด้านนวัตกรรม	2.97	1.02	ปานกลาง
การให้งบประมาณในการติดต่อประสานงานเพื่อหาความรู้ใหม่จากภายนอก	2.96	1.08	ปานกลาง
การให้งบประมาณในการดำเนินการให้ได้สิ่งใหม่ๆที่ทำให้การทำงานดีขึ้น	3.01	1.06	ปานกลาง
การสนับสนุนด้านงบประมาณ	2.98	0.99	ปานกลาง

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบมีระดับความคิดเห็นการสนับสนุนด้านงบประมาณในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.98 เมื่อจำแนกรายด้าน การให้งบประมาณในการดำเนินการให้ได้สิ่งใหม่ ๆ ที่ทำให้การทำงานดีขึ้น ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.01 รองลงมาจะมีเงินสนับสนุนเทคโนโลยีและเครื่องมือที่ทันสมัยที่สนับสนุนการทำงานด้านนวัตกรรม ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.97 และการให้งบประมาณในการติดต่อประสานงานเพื่อหาความรู้ใหม่จากภายนอก ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.96

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของแรงจูงใจ ที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม/แรงจูงใจส่วนบุคคล

แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม	ค่าเฉลี่ย	S.D	แปลผล
ความต้องการใช้ความรู้และประสบการณ์ที่มีอยู่	3.61	0.87	มาก
ความต้องการแสวงหาความรู้ใหม่แม้การทำงานที่จำเจเหมือนเดิม	3.78	0.86	มาก
ความต้องการความรู้และประสบการณ์ในการทำงานใหม่ ๆ	3.81	0.86	มาก
แรงจูงใจส่วนบุคคล	3.73	0.78	มาก

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบมีระดับความคิดเห็นแรงจูงใจส่วนบุคคล ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.73 เมื่อจำแนกรายด้าน ความต้องการความรู้และประสบการณ์ในการทำงานใหม่ ๆ ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.81 รองลงมาความต้องการแสวงหาความรู้ใหม่แม้การทำงานที่จำเจเหมือนเดิม ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.78 และความต้องการใช้ความรู้และประสบการณ์ที่มีอยู่ ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.61

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม/แรงจูงใจจากองค์กร

แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม	ค่าเฉลี่ย	S.D	แปลผล
การได้รับค่าตอบแทน การเลื่อนขั้นและตำแหน่งที่สูงขึ้น	3.34	1.13	ปานกลาง
การได้รับการยกย่องชมเชยจากองค์กร	3.18	1.05	ปานกลาง
การได้รับสิทธิพิเศษจากองค์กร เช่น การได้ไปศึกษาดูงานต่างประเทศ เป็นต้น	2.68	1.25	ปานกลาง
แรงจูงใจจากองค์กร	3.07	1.02	ปานกลาง

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบมีระดับแรงจูงใจจากองค์กร ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.07 เมื่อจำแนกรายด้าน การได้รับค่าตอบแทน การเลื่อนขั้นและตำแหน่งที่สูงขึ้น ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.34 และการได้รับการยกย่องชมเชยจากองค์กร ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.18 การได้รับสิทธิพิเศษจากองค์กร เช่น การได้ไปศึกษาดูงานต่างประเทศ เป็นต้น ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.68

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของบรรยาภาสด้าน
นวัตกรรมในองค์กร

บรรยาภาสด้านนวัตกรรมในองค์กร	ค่าเฉลี่ย	S.D	แปลผล
พนักงานในหน่วยงานของท่านมีความสนใจใฝ่รู้ (Curious)	3.22	0.99	ปานกลาง
พนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและเสนอ แนวทางในการแก้ปัญหาการทำงาน	3.22	1.06	ปานกลาง
พนักงานยินดีที่จะแลกเปลี่ยนความรู้ในขณะที่ทำงานร่วมกัน	3.50	0.97	มาก
บรรยาภาสด้านนวัตกรรมในองค์กร	3.32	0.92	ปานกลาง

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบมีระดับบรรยาภาสด้านนวัตกรรมในองค์กร ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.32 เมื่อจำแนกรายด้าน พนักงานยินดีที่จะแลกเปลี่ยนความรู้ในขณะที่ทำงานร่วมกัน ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมาเป็น พนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและเสนอแนวทางในการแก้ปัญหาการทำงาน ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.22 และพนักงานในหน่วยงานของท่านมีความสนใจใฝ่รู้ (Curious) ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.22

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยสรุปของข้อมูลปัจจัยด้านองค์กร

ข้อมูลปัจจัยด้านองค์กร	ค่าเฉลี่ย	S.D	แปลผล
การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม	3.00	0.82	ปานกลาง
แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม	3.40	0.79	มาก
บรรยาภาสด้านนวัตกรรมในองค์กร	3.32	0.92	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านองค์กรในภาพรวม	3.24	0.77	ปานกลาง

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.13 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยสรุปพบว่าข้อมูลปัจจัยองค์กรด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมมีระดับคะแนนสูงสุดในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.40 รองลงมาเป็นบรรยาภาสด้านนวัตกรรมในองค์กรในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.32 และการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรมในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.00

4.3 ระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) แสดงผลดังนี้

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน/การสร้างความคิด

พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน	ค่าเฉลี่ย	S.D	แปลผล
ความสำคัญต่อการสร้างแนวคิดใหม่ในการพัฒนางานที่นอกเหนือจากงานประจำ	3.70	0.91	มาก
ความสนใจในสิ่งใหม่ๆ ที่จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น	3.88	0.85	มาก
ติดตามข่าวสารเรื่องใหม่ๆ ที่จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น	3.74	0.86	มาก
พัฒนาแนวคิดในการทำงานใหม่ๆ เพื่อไปพัฒนาผลงานหรือสร้างนวัตกรรมในการทำงาน	3.62	0.94	มาก
การสร้างความคิด	3.74	0.80	มาก

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบมีการสร้างความคิด ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.74 เมื่อจำแนกรายด้าน ความสนใจในสิ่งใหม่ ๆ ที่จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.88 รองลงมาเป็นติดตามข่าวสารเรื่องใหม่ ๆ ที่จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.74 รองลงมาให้ความสำคัญต่อการสร้างแนวคิดใหม่ในการพัฒนางานที่นอกเหนือจากงานประจำ ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.70 และพัฒนาแนวคิดในการทำงานใหม่ ๆ เพื่อไปพัฒนาผลงานหรือสร้างนวัตกรรมในการทำงาน ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.62

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน/การนำเสนอความคิด

พฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน	ค่าเฉลี่ย	S.D	แปลผล
สามารถเสนอความคิดหรือวิธีการในการแก้ไขปัญหาหรือแนวทางใหม่ๆในการทำงานได้	3.44	0.92	มาก
เสนอแนวทางใหม่ ๆ ในการทำงาน เพื่อนร่วมงานจะตอบสนองความคิดตามที่ท่านเสนอในทางบวก	3.37	1.00	ปานกลาง
ความพยายามในการโน้มน้าวเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้าให้สนับสนุนแนวคิด นวัตกรรม หรือวิธีการแก้ปัญหาใหม่ ๆ ได้	3.43	0.93	มาก
การนำเสนอความคิด	3.41	0.85	มาก

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบมีการนำเสนอความคิด ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.41 เมื่อจำแนกรายด้าน การสามารถเสนอความคิดหรือวิธีการในการแก้ไขปัญหาหรือแนวทางใหม่ ๆ ในการทำงานได้ ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.44 รองลงมาเป็นความพยายามในการโน้มน้าวเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้าให้สนับสนุนแนวคิด นวัตกรรม หรือวิธีการแก้ปัญหาใหม่ ๆ ได้ ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.43 และเมื่อเสนอแนวทางใหม่ ๆ ในการทำงาน เพื่อนร่วมงานจะตอบสนองความคิดตามที่ท่านเสนอในทางบวก ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.37

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน/การทำให้ความคิดเป็นจริง

พฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน	ค่าเฉลี่ย	S.D	แปลผล
กระบวนการในการวางแผนและดำเนินการแนวทางใหม่ ๆ เพื่อนำไปใช้ในทางปฏิบัติได้	3.50	0.88	มาก
นำแนวคิดใหม่ไปใช้ในการดำเนินงานและปฏิบัติเพื่อให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาการทำงาน	3.64	0.88	มาก
พยายามปรับปรุงพัฒนาวิธีการดำเนินการใหม่ ๆ เพื่อพัฒนางานหรือสร้างนวัตกรรม	3.66	0.90	มาก
การทำให้ความคิดเป็นจริง	3.60	0.83	มาก

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบมีการทำให้ความคิดเป็นจริง ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.60 เมื่อจำแนกรายด้าน พยายามปรับปรุงพัฒนาวิธีการดำเนินการใหม่ๆเพื่อพัฒนางานหรือสร้างนวัตกรรม ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.66 รองลงมาเป็นการนำแนวคิดใหม่ไปใช้ในการดำเนินงาน และปฏิบัติเพื่อให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาการทำงาน ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.64 และมีกระบวนการในการวางแผนและดำเนินการแนวทางใหม่ๆเพื่อนำไปใช้ในทางปฏิบัติได้ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.50

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยสรุปของข้อมูลพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน

ข้อมูลพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน	ค่าเฉลี่ย	S.D	แปลผล
การสร้างความคิด	3.74	0.80	มาก
การนำเสนอความคิด	3.41	0.85	มาก
การทำให้ความคิดเป็นจริง	3.60	0.83	มาก
ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน	3.58	0.77	มาก

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.17 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของ บริษัท ไพรชณีย์ไทย จำกัด โดยสรุปพบว่าข้อมูลพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานการสร้างความคิด ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.74 รองลงมาการทำให้ความคิดเป็นจริง ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.60 และการนำเสนอความคิด ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.41

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อายุการทำงานระดับการศึกษา สถานะ/ระดับตำแหน่ง และสังกัดที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นกับปัจจัยด้านองค์กรแตกต่างกัน

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ให้ความคิดเห็นกับปัจจัยด้านองค์กรไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ให้ความคิดเห็นกับปัจจัยด้านองค์กรแตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความคิดเห็นกับปัจจัยด้านองค์กรใช้การทดสอบด้วยค่าสถิติ T-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One way Analysis of Variance โดยการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test และเปรียบเทียบด้วยวิธี LSD แสดงผลดังนี้

ตารางที่ 4.18 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรในการปฏิบัติงานโดยรวมของพนักงาน ที่มีเพศแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านองค์กร	t-test for Equality of Means					
	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	t	Sig.
การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม	ชาย	276	3.02	0.86	0.649	0.517
	หญิง	129	2.96	0.73		
แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม	ชาย	276	3.39	0.80	-0.249	0.804
	หญิง	129	3.41	0.77		
บรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร	ชาย	276	3.33	0.94	0.347	0.728
	หญิง	129	3.29	0.88		
ปัจจัยด้านองค์กรในภาพรวม	ชาย	276	3.25	0.81	0.271	0.787
	หญิง	129	3.22	0.68		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.18 แสดงผลทดสอบการเปรียบเทียบ ปัจจัยด้านที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นกับปัจจัยด้านองค์กรแตกต่างกัน ด้วยค่า t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าในภาพรวม มีค่า Sig. 0.787 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า ปัจจัยด้านองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ ให้ความคิดเห็นกับปัจจัยด้านองค์กรไม่แตกต่างกัน ทั้งในด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม ด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม ด้านบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร และปัจจัยด้านองค์กรในภาพรวม

ตารางที่ 4.19 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรในการปฏิบัติงานโดยรวมของพนักงาน ที่มีอายุแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านองค์กร	f-test					
	อายุ	SS	df	MS	F	Sig.
การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม	ระหว่างกลุ่ม	9.149	3	3.050	4.629	0.003*
	ภายในกลุ่ม	264.172	401	0.659		
	รวม	273.321	404			
แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม	ระหว่างกลุ่ม	15.719	3	5.240	8.854	0.000*
	ภายในกลุ่ม	237.320	401	0.592		
	รวม	253.039	404			
บรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	13.941	3	4.647	5.690	0.001*
	ภายในกลุ่ม	327.482	401	0.817		
	รวม	341.423	404			
ปัจจัยด้านองค์กรในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	12.491	3	4.164	7.401	0.000*
	ภายในกลุ่ม	225.581	401	0.563		
	รวม	238.072	404			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.19 แสดงผลทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลด้วย F-test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ปัจจัยด้านองค์กรในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 โดยแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม มีระดับนัยสำคัญที่ 0.000 บรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร มีระดับนัยสำคัญที่ 0.001 และการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม มีระดับนัยสำคัญที่ 0.003 ซึ่งมีระดับนัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลการทดสอบได้ว่า บุคลากรที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นกับปัจจัยด้านองค์กรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงทำการทดสอบเปรียบเทียบรายคู่โดยทดสอบค่า LSD ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุของพนักงานกับปัจจัยองค์กรด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม

อายุ	ไม่เกิน 30 ปี		31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	3.10	3.14	2.88	2.77
ไม่เกิน 30 ปี	3.10	0.79		0.75	0.08	0.02*
31 – 40 ปี	3.14	0.79			0.01*	0.00*
41 – 50 ปี	2.88	0.83				0.37
51 ปีขึ้นไป	2.77	0.85				
รวม	3.00	0.82				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.20 แสดงผลทดสอบเมื่อเปรียบเทียบอายุของพนักงานกับปัจจัยองค์กรด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรมเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรมแตกต่างกันกับอายุ 51 ปีขึ้นไป และกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรมแตกต่างกันกับอายุ 41 – 50 ปีและอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุของพนักงานกับปัจจัยองค์กรด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม

อายุ	ไม่เกิน 30 ปี		31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	3.63	3.54	3.18	3.17
ไม่เกิน 30 ปี	3.63	0.78		0.44	0.00*	0.00*
31 – 40 ปี	3.54	0.71			0.00*	0.00*
41 – 50 ปี	3.18	0.79				0.96
51 ปีขึ้นไป	3.17	0.86				
รวม	3.40	0.79				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.21 แสดงผลทดสอบเมื่อเปรียบเทียบอายุของพนักงานกับปัจจัยองค์กรด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมแตกต่างกันกับอายุ 41 – 50 ปีและอายุ 51 ปีขึ้นไป กลุ่มอายุ 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมแตกต่างกันกับอายุ 41 – 50 ปีและอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุของพนักงานกับปัจจัยองค์กรด้านบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร

อายุ	ไม่เกิน 30 ปี 31 – 40 ปี 41 – 50 ปี 51 ปีขึ้นไป					
	ค่าเฉลี่ย	S.D	3.55	3.44	3.14	3.06
ไม่เกิน 30 ปี	3.55	0.89		0.42	0.00*	0.00*
31 – 40 ปี	3.44	0.84			0.01*	0.00*
41 – 50 ปี	3.14	0.98				0.58
51 ปีขึ้นไป	3.06	0.94				
รวม	3.32	0.92				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.22 แสดงผลทดสอบเมื่อเปรียบเทียบอายุของพนักงานกับปัจจัยองค์กรด้านบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กรเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรด้านบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กรแตกต่างกันกับอายุ 41 – 50 ปีและอายุ 51 ปีขึ้นไป กลุ่มอายุ 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรด้านบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กรแตกต่างกันกับอายุ 41 – 50 ปีและอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุของพนักงานกับปัจจัยองค์กรในภาพรวม

อายุ	ไม่เกิน 30 ปี		31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	3.43	3.37	3.07	3.00
ไม่เกิน 30 ปี	3.43	0.71		0.63	0.00*	0.00*
31 – 40 ปี	3.37	0.70			0.00*	0.00*
41 – 50 ปี	3.07	0.82				0.57
51 ปีขึ้นไป	3.00	0.80				
รวม	3.24	0.77				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.23 แสดงผลทดสอบเมื่อเปรียบเทียบอายุของพนักงานกับปัจจัยองค์กรในภาพรวมเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรในภาพรวมแตกต่างกันกับอายุ 41 – 50 ปีและอายุ 51 ปีขึ้นไป กลุ่มอายุ 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรในภาพรวมแตกต่างกันกับอายุ 41 – 50 ปีและอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.24 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรในการปฏิบัติงานโดยรวมของพนักงาน ที่มีอายุการทำงานแตกต่างกัน (ต่อ)

อายุการทำงาน		SS	df	MS	F	Sig.
การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม	ระหว่างกลุ่ม	14.372	4	3.593	5.550	0.000*
	ภายในกลุ่ม	258.949	400	0.647		
	รวม	273.321	404			
แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม	ระหว่างกลุ่ม	16.061	4	4.015	6.777	0.000*
	ภายในกลุ่ม	236.978	400	0.592		
	รวม	253.039	404			
บรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	15.020	4	3.755	4.602	0.001*
	ภายในกลุ่ม	326.402	400	0.816		
	รวม	341.423	404			

ตารางที่ 4.24 (ต่อ) แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรในการปฏิบัติงาน โดยรวมของพนักงาน ที่มีอายุการทำงานแตกต่างกัน

อายุการทำงาน		SS	df	MS	F	Sig.
ปัจจัยด้านองค์กรในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	14.487	4	3.622	6.479	0.000*
	ภายในกลุ่ม	223.585	400	0.559		
	รวม	238.072	404			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.24 แสดงผลทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลด้วย F-test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ปัจจัยด้านองค์กรในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุการทำงาน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 โดยการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม และแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม มีระดับนัยสำคัญที่ 0.000 บรรยายภาคด้านนวัตกรรมในองค์กร มีระดับนัยสำคัญที่ 0.001 และ ซึ่งมีระดับนัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลการทดสอบได้ว่า บุคลากรที่มีอายุการทำงานแตกต่างกันมีความคิดเห็นกับปัจจัยด้านองค์กรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงทำการทดสอบเปรียบเทียบรายคู่โดยทดสอบค่า LSD ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุการทำงานของพนักงานกับปัจจัยองค์กรด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม

อายุการ ทำงาน	ไม่เกิน 1 ปี		1 – 5 ปี	6 – 10 ปี	11 – 15 ปี	มากกว่า 15 ปี	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	3.43	3.22	3.17	2.88	2.80
ไม่เกิน 1 ปี	3.43	0.67		0.47	0.38	0.7	0.03*
1 – 5 ปี	3.22	0.77			0.72	0.01*	0.00*
6 – 10 ปี	3.17	0.79				0.02*	0.00*
11 – 15 ปี	2.88	0.75					0.48
มากกว่า 15 ปี	2.80	0.87					
รวม	3.00	0.82					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.25 แสดงผลทดสอบเมื่อเปรียบเทียบอายุการทำงานของพนักงานกับปัจจัยองค์กรด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรมเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุการทำงานไม่เกิน

1 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรมแตกต่างกันกับอายุการทำงานที่มากกว่า 15 ปีขึ้นไป กลุ่มอายุการทำงาน 1 – 5 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรมแตกต่างกันกับอายุการทำงาน 11 – 15 ปีและอายุการทำงานมากกว่า 15 ปีขึ้นไป และกลุ่มอายุการทำงาน 6 – 10 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรมแตกต่างกันกับอายุการทำงาน 11 – 15 ปีและอายุการทำงานมากกว่า 15 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายค่าของอายุการทำงานของพนักงานกับปัจจัยองค์กรด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม

อายุการ ทำงาน	ไม่เกิน 1 ปี		1 – 5 ปี	6 – 10 ปี	11 – 15 ปี	มากกว่า 15 ปี	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	3.79	3.72	3.44	3.41	3.17
ไม่เกิน 1 ปี	3.79	0.25		0.79	0.22	0.18	0.03*
1 – 5 ปี	3.72	0.77			0.02*	0.01*	0.00*
6 – 10 ปี	3.44	0.73				0.78	0.01*
11 – 15 ปี	3.41	0.68					0.03*
มากกว่า 15 ปี	3.17	0.86					
รวม	3.40	0.79					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.26 แสดงผลทดสอบเมื่อเปรียบเทียบอายุการทำงานของพนักงานกับปัจจัยองค์กรด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมเป็นรายค่า พบว่า กลุ่มอายุการทำงานไม่เกิน 1 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมแตกต่างกันกับอายุการทำงานที่มากกว่า 15 ปีขึ้นไป กลุ่มอายุการทำงาน 1 – 5 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมแตกต่างกันกับอายุการทำงาน 6 – 10 ปี อายุการทำงาน 11 – 15 ปีและอายุการทำงานมากกว่า 15 ปีขึ้นไป และกลุ่มอายุการทำงาน 6 – 10 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมแตกต่างกันกับอายุการทำงานมากกว่า 15 ปีขึ้นไป และกลุ่มอายุการทำงาน 11 – 15 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมแตกต่างกันกับอายุการทำงานมากกว่า 15 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุการทำงานของพนักงานกับปัจจัยองค์กรด้านบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร

อายุการ ทำงาน	ไม่เกิน 1 ปี		1 – 5 ปี	6 – 10 ปี	11 – 15 ปี	มากกว่า 15 ปี	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	3.79	3.58	3.43	3.25	3.10
ไม่เกิน 1 ปี	3.79	0.92		0.53	0.28	0.11	0.04*
1 – 5 ปี	3.58	0.91			0.29	0.03*	0.00*
6 – 10 ปี	3.43	0.80				0.19	0.01*
11 – 15 ปี	3.25	0.87					0.23
มากกว่า 15 ปี	3.10	0.99					
รวม	3.32	0.92					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.27 แสดงผลทดสอบเมื่อเปรียบเทียบอายุการทำงานของพนักงานกับปัจจัยองค์กรด้านบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กรเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุการทำงานไม่เกิน 1 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรด้านบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กรแตกต่างกันกับอายุการทำงานที่มากกว่า 15 ปีขึ้นไป กลุ่มอายุการทำงาน 1 – 5 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรด้านบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กรแตกต่างกันกับอายุการทำงาน 11 – 15 ปีและอายุการทำงานมากกว่า 15 ปีขึ้นไป และกลุ่มอายุการทำงาน 6 – 10 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรด้านบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กรแตกต่างกันกับอายุการทำงานมากกว่า 15 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุการทำงานของพนักงานกับปัจจัยด้านองค์กรในภาพรวม

อายุการทำงาน	ไม่เกิน 1 ปี 1 – 5 ปี 6 – 10 ปี 11 – 15 ปี มากกว่า 15 ปี					
ค่าเฉลี่ย	S.D	3.67	3.50	3.35	3.18	3.03
ไม่เกิน 1 ปี	3.67	0.46	0.55	0.24	0.08	0.02*
1 – 5 ปี	3.50	0.72		0.18	0.01*	0.00*
6 – 10 ปี	3.35	0.71			0.14	0.00*
11 – 15 ปี	3.18	0.68				0.13
มากกว่า 15 ปี	3.03	0.84				
รวม	3.24	0.77				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.28 แสดงผลทดสอบเมื่อเปรียบเทียบอายุการทำงานของพนักงานกับปัจจัยด้านองค์กรในภาพรวมเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุการทำงานไม่เกิน 1 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรในภาพรวมแตกต่างกันกับอายุการทำงานที่มากกว่า 15 ปีขึ้นไป กลุ่มอายุการทำงาน 1 – 5 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรในภาพรวมแตกต่างกันกับอายุการทำงาน 11 – 15 ปีและอายุการทำงานมากกว่า 15 ปีขึ้นไป และกลุ่มอายุการทำงาน 6 – 10 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรในภาพรวมแตกต่างกันกับอายุการทำงานมากกว่า 15 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.29 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรในการปฏิบัติงานโดยรวมของพนักงาน ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา		SS	df	MS	F	Sig.
การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม	ระหว่างกลุ่ม	6.368	4	1.592	2.385	0.051
	ภายในกลุ่ม	266.953	400	0.667		
	รวม	273.321	404			
แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม	ระหว่างกลุ่ม	5.229	4	1.307	2.110	0.079
	ภายในกลุ่ม	247.810	400	0.620		
	รวม	253.039	404			
บรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	2.791	4	0.698	0.824	0.510
	ภายในกลุ่ม	338.632	400	0.847		
	รวม	341.423	404			
ปัจจัยด้านองค์กรในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	4.265	4	1.066	1.824	0.123
	ภายในกลุ่ม	233.806	400	0.585		
	รวม	238.072	404			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.29 แสดงผลทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลด้วย F-test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ปัจจัยด้านองค์กรในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.123 โดยการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม และบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.051 0.079 และ 0.510 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 สรุปผลการทดสอบได้ว่า บุคลากรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.30 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์การในการปฏิบัติงานโดยรวมของพนักงาน ที่มีสถานะ/ระดับตำแหน่งแตกต่างกัน

สถานะ/ระดับตำแหน่ง		SS	df	MS	F	Sig.
การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม	ระหว่างกลุ่ม	7.927	3	2.642	3.993	0.008*
	ภายในกลุ่ม	265.394	401	0.662		
	รวม	273.321	404			
แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม	ระหว่างกลุ่ม	2.517	3	0.839	1.343	0.260
	ภายในกลุ่ม	250.522	401	0.625		
	รวม	253.039	404			
บรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	4.166	3	1.389	1.651	0.177
	ภายในกลุ่ม	337.257	401	0.841		
	รวม	341.423	404			
ปัจจัยองค์กรในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	4.467	3	1.489	2.556	0.055
	ภายในกลุ่ม	233.605	401	0.583		
	รวม	238.072	404			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.30 แสดงผลทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลด้วย F-test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านจึงพบว่ามีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรมของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานะ/ระดับตำแหน่ง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ดังนั้นจึงต้องมีการเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้ LSD ต่อไป

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของสถานะ/ระดับตำแหน่งของพนักงานกับ
ปัจจัยองค์กรด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม

สถานะ / ระดับ ตำแหน่ง	ผู้รับจ้างทำของ (จ้างเหมา)/ ลูกจ้างรายวัน/ ลูกจ้างประจำ		พนักงาน ระดับ 1 – 4	พนักงาน ระดับ 5 – 7	พนักงาน ระดับ 8 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย	S.D	3.31	3.07	2.94
ผู้รับจ้างทำของ (จ้างเหมา)/ ลูกจ้างรายวัน/ ลูกจ้างประจำ	3.31	0.73	0.09	0.00*	0.00*
พนักงานระดับ 1 – 4	3.07	0.86		0.21	0.09
พนักงานระดับ 5 – 7	2.94	0.81			0.39
พนักงานระดับ 8 ขึ้นไป	2.84	0.82			
รวม	3.00	0.82			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.31 แสดงผลทดสอบเมื่อเปรียบเทียบสถานะ/ระดับตำแหน่งของพนักงานกับปัจจัยองค์กรด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรมเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มผู้รับจ้างทำของ (จ้างเหมา)/ลูกจ้างรายวัน/ลูกจ้างประจำ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรมแตกต่างกันกับพนักงานระดับ 5 – 7 และพนักงานระดับ 8 ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.32 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์การในการปฏิบัติงานโดยรวมของพนักงาน ที่มีสังกัดปฏิบัติงานแตกต่างกัน

สังกัด		จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	t	Sig.
การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม	สายงาน	183	3.05	0.76	1.208	0.228
	ส่วนกลาง					
	สายงาน	222	2.96	0.87		
	ปฏิบัติการ					
แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม	สายงาน	183	3.44	0.74	0.953	0.341
	ส่วนกลาง					
	สายงาน	222	3.37	0.83		
	ปฏิบัติการ					
บรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร	สายงาน	183	3.34	0.86	0.504	0.614
	ส่วนกลาง					
	สายงาน	222	3.29	0.97		
	ปฏิบัติการ					
ปัจจัยองค์กรในภาพรวม	สายงาน	183	3.28	0.70	0.960	0.337
	ส่วนกลาง					
	สายงาน	222	3.21	0.82		
	ปฏิบัติการ					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.32 แสดงผลทดสอบการเปรียบเทียบ ปัจจัยด้านที่มีสังกัดปฏิบัติงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์การแตกต่างกัน ด้วยค่า t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าในภาพรวม มีค่า Sig. 0.337 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 สรุปผลการทดสอบได้ว่า บุคลากรที่มีสังกัดปฏิบัติงาน แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์การประกอบด้วยการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม และบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมุติฐานที่ 2: ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อายุการทำงานระดับการศึกษา สถานะ/ระดับตำแหน่ง และสังกัดที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรใช้การทดสอบด้วยค่าสถิติ T-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One way Analysis of Variance โดยการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test และเปรียบเทียบด้วยวิธี LSD แสดงผลดังนี้

ตารางที่ 4.33 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน ที่มีเพศแตกต่างกัน

พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ในการปฏิบัติงาน	t-test for Equality of Means					
	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	t	Sig.
การสร้างความคิด	ชาย	276	3.76	0.80	1.051	0.294
	หญิง	129	3.68	0.78		
การนำเสนอความคิด	ชาย	276	3.45	0.86	1.388	0.166
	หญิง	129	3.33	0.82		
การทำให้ความคิดให้เป็นจริง	ชาย	276	3.65	0.85	1.829	0.069
	หญิง	129	3.49	0.77		
ปัจจัยพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในภาพรวม	ชาย	276	3.62	0.79	1.540	0.125
	หญิง	129	3.50	0.72		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.33 แสดงผลทดสอบการเปรียบเทียบ ปัจจัยด้านที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน ด้วย

ค่า t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าในภาพรวม มีค่า Sig. 0.125 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 สรุปผลการทดสอบได้ว่าบุคลากรที่มีเพศ แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานที่ประกอบด้วยการสร้างความคิด การนำเสนอความคิด และการทำให้ความคิดเป็นจริง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.34 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน ที่มีอายุแตกต่างกัน

พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ในการปฏิบัติงาน	f-test					
	อายุ	SS	df	MS	F	Sig.
การสร้างความคิด	ระหว่างกลุ่ม	6.277	3	2.092	3.361	0.019*
	ภายในกลุ่ม	249.648	401	0.623		
	รวม	255.925	404			
การนำเสนอความคิด	ระหว่างกลุ่ม	11.581	3	3.860	5.513	0.001*
	ภายในกลุ่ม	280.779	401	0.700		
	รวม	292.360	404			
การทำให้ความคิดเป็นจริง	ระหว่างกลุ่ม	4.966	3	1.655	2.446	0.063
	ภายในกลุ่ม	271.411	401	0.677		
	รวม	276.378	404			
พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	7.283	3	2.428	4.210	0.006*
	ภายในกลุ่ม	231.223	401	0.577		
	รวม	238.506	404			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.34 แสดงผลทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลด้วย F-test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 โดยพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมด้านการสร้างความคิด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.019 การนำเสนอความคิด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีระดับ

นัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลการทดสอบได้ว่า บุคลากรที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงทำการทดสอบเปรียบเทียบรายคู่โดยทดสอบค่า LSD ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุของพนักงานกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการสร้างความคิด

อายุ	ไม่เกิน 30 ปี 31 – 40 ปี 41 – 50 ปี 51 ปีขึ้นไป					
	ค่าเฉลี่ย	S.D	3.84	3.84	3.66	3.52
ไม่เกิน 30 ปี	3.84	0.79		0.96	0.14	0.02*
31 – 40 ปี	3.84	0.74			0.08	0.01*
41 – 50 ปี	3.66	0.82				0.26
51 ปีขึ้นไป	3.52	0.85				
รวม	3.74	0.80				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.35 แสดงผลทดสอบเมื่อเปรียบเทียบอายุของพนักงานกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการสร้างความคิดเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการสร้างความคิดแตกต่างกันกับอายุ 51 ปีขึ้นไป และกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการสร้างความคิดแตกต่างกันกับอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุของพนักงานกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการนำเสนอความคิด

อายุ	ไม่เกิน 30 ปี		31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	3.53	3.57	3.26	3.16
ไม่เกิน 30 ปี	3.53	0.80		0.72	0.05*	0.01*
31 – 40 ปี	3.57	0.76			0.00*	0.00*
41 – 50 ปี	3.26	0.96				0.44
51 ปีขึ้นไป	3.16	0.84				
รวม	3.41	0.85				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.36 แสดงผลทดสอบเมื่อเปรียบเทียบอายุของพนักงานกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการนำเสนอความคิดเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการนำเสนอความคิดแตกต่างกันกับอายุ 41 – 50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป และกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการนำเสนอความคิดแตกต่างกันกับอายุ 41 – 50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุของพนักงานกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในภาพรวม

อายุ	ไม่เกิน 30 ปี		31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	3.67	3.70	3.48	3.38
ไม่เกิน 30 ปี	3.67	0.72		0.78	0.09	0.02*
31 – 40 ปี	3.70	0.70			0.00*	0.00*
41 – 50 ปี	3.48	0.84				0.40
51 ปีขึ้นไป	3.38	0.81				
รวม	3.58	0.77				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาดูตามตารางที่ 4.37 แสดงผลทดสอบเมื่อเปรียบเทียบอายุของพนักงานกับพฤติกรรม การสร้างนวัตกรรมในภาพรวมเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การสร้างนวัตกรรมในภาพรวมแตกต่างกันกับอายุ 51 ปีขึ้นไป กลุ่มอายุ 31 – 40 ปี มีความคิดเห็น เกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในภาพรวมแตกต่างกันกับอายุ 41 – 50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.38 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการ ปฏิบัติงานของพนักงาน ที่มีอายุการทำงานแตกต่างกัน

พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมใน การปฏิบัติงาน	อายุการ ทำงาน	f-test				
		SS	df	MS	F	Sig.
การสร้างความคิด	ระหว่างกลุ่ม	8.834	3	2.209	3.575	0.007*
	ภายในกลุ่ม	247.091	401	0.618		
	รวม	255.925	404			
การนำเสนอความคิด	ระหว่างกลุ่ม	11.283	3	2.821	4.014	0.003*
	ภายในกลุ่ม	281.077	401	0.703		
	รวม	292.360	404			
การทำให้ความคิดเป็นจริง	ระหว่างกลุ่ม	6.749	3	1.687	2.503	0.042*
	ภายในกลุ่ม	269.629	401	0.674		
	รวม	276.378	404			
ปัจจัยพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	8.727	3	2.182	3.798	0.005*
	ภายในกลุ่ม	229.779	401	0.574		
	รวม	238.506	404			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาดูตามตารางที่ 4.38 แสดงผลทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลด้วย F-test โดย การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมใน ภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 โดยพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมด้าน การสร้างความคิด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.007 การนำเสนอความคิด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 และการทำ

ให้ความคิดเป็นจริง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.042 ซึ่งมีระดับนัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 สรุปผลการทดสอบได้ว่า บุคลากรที่มีอายุการทำงานแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงทำการทดสอบเปรียบเทียบรายคู่โดยทดสอบค่า LSD ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุการทำงานของพนักงานกับพฤติกรรม
การสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการสร้างความคิด

อายุการ ทำงาน	ค่าเฉลี่ย	S.D	ไม่เกิน 1 ปี	1 – 5 ปี	6 – 10 ปี	11 – 15 ปี	มากกว่า 15 ปี
			4.13	3.95	3.71	3.81	3.58
ไม่เกิน 1 ปี	4.13	0.30		0.56	0.15	0.28	0.06
1 – 5 ปี	3.95	0.76			0.04*	0.24	0.00*
6 – 10 ปี	3.71	0.74				0.39	0.20
11 – 15 ปี	3.81	0.83					0.03*
มากกว่า 15 ปี	3.58	0.83					
รวม	3.74	0.80					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.39 แสดงผลทดสอบเมื่อเปรียบเทียบอายุการทำงานของพนักงานกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการสร้างความคิดเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุการทำงาน 1 – 5 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการสร้างความคิดแตกต่างกันกับอายุการทำงาน 6 – 10 ปี และอายุการทำงานที่มากกว่า 15 ปีขึ้นไป กลุ่มอายุการทำงาน 11 – 15 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการสร้างความคิดแตกต่างกันกับอายุการทำงานมากกว่า 15 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุการทำงานของพนักงานกับพฤติกรรม
การสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการนำเสนอความคิด

อายุการ ทำงาน	ค่าเฉลี่ย	S.D	ไม่เกิน 1 ปี	1 – 5 ปี	6 – 10 ปี	11 – 15 ปี	มากกว่า 15 ปี
ไม่เกิน 1 ปี	4.00	0.47		0.23	0.07	0.08	0.01*
1 – 5 ปี	3.62	0.78			0.13	0.23	0.00*
6 – 10 ปี	3.43	0.72				0.80	0.06
11 – 15 ปี	3.46	0.91					0.04*
มากกว่า 15 ปี	3.22	0.92					
รวม	3.41	0.85					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.40 แสดงผลทดสอบเมื่อเปรียบเทียบอายุการทำงานของพนักงานกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการนำเสนอความคิดเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุการทำงานไม่เกิน 1 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการนำเสนอความคิดแตกต่างกันกับอายุการทำงานที่มากกว่า 15 ปีขึ้นไป กลุ่มอายุการทำงาน 1 – 5 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการนำเสนอความคิดแตกต่างกันกับอายุการทำงานที่มากกว่า 15 ปีขึ้นไป และกลุ่มอายุการทำงาน 11 – 15 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการนำเสนอความคิดแตกต่างกันกับอายุการทำงานที่มากกว่า 15 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุการทำงานของพนักงานกับพฤติกรรม
การสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการทำให้ความคิดเป็นจริง

อายุการ	ไม่เกิน 1 ปี 1 – 5 ปี 6 – 10 ปี 11 – 15 ปี มากกว่า 15 ปี						
ทำงาน	ค่าเฉลี่ย	S.D	4.04	3.79	3.59	3.61	3.47
ไม่เกิน 1 ปี	4.04	0.72		0.41	0.14	0.16	0.06
1 – 5 ปี	3.79	0.76			0.12	0.17	0.01*
6 – 10 ปี	3.59	0.73				0.89	0.24
11 – 15 ปี	3.61	0.88					0.21
มากกว่า 15 ปี	3.47	0.88					
รวม	3.60	0.83					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.41 แสดงผลทดสอบเมื่อเปรียบเทียบอายุการทำงานของพนักงานกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการทำให้ความคิดเป็นจริงเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มอายุการทำงาน 1 – 5 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการทำให้ความคิดเป็นจริงแตกต่างกันกับอายุการทำงานที่มากกว่า 15 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของอายุการทำงานของพนักงานกับพฤติกรรม
การสร้างนวัตกรรมในภาพรวม

อายุการ ทำงาน	ไม่เกิน 1 ปี		1 – 5 ปี	6 – 10 ปี	11 – 15 ปี	มากกว่า 15 ปี	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	4.06	3.79	3.58	3.63	3.42
ไม่เกิน 1 ปี	4.06	0.42		0.35	0.09	0.13	0.02*
1 – 5 ปี	3.79	0.69			0.07	0.18	0.00*
6 – 10 ปี	3.58	0.67				0.66	0.12
11 – 15 ปี	3.63	0.82					0.05*
มากกว่า 15 ปี	3.42	0.83					
รวม	3.58	0.77					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาดูตามตารางที่ 4.42 แสดงผลทดสอบเมื่อเปรียบเทียบอายุการทำงานของพนักงาน กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในภาพรวมเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุการทำงานไม่เกิน 1 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในภาพรวมแตกต่างกันกับอายุการทำงานที่มากกว่า 15 ปีขึ้นไป กลุ่มอายุการทำงาน 1 – 5 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในภาพรวม แตกต่างกับอายุการทำงานที่มากกว่า 15 ปีขึ้นไป และกลุ่มอายุการทำงาน 11 – 15 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในภาพรวมแตกต่างกันกับอายุการทำงานที่มากกว่า 15 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.43 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ในการปฏิบัติงาน	f-test					
	อายุการทำงาน	SS	df	MS	F	Sig.
การสร้างความคิด	ระหว่างกลุ่ม	7.281	4	1.820	2.928	0.21
	ภายในกลุ่ม	248.644	400	0.622		
	รวม	255.925	404			
การนำเสนอความคิด	ระหว่างกลุ่ม	1.868	4	0.467	0.643	0.632
	ภายในกลุ่ม	290.492	400	0.726		
	รวม	292.360	404			
การทำให้ความคิดเป็นจริง	ระหว่างกลุ่ม	1.063	4	0.266	0.386	0.819
	ภายในกลุ่ม	275.315	400	0.688		
	รวม	276.378	404			
พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.749	4	0.687	1.166	0.325
	ภายในกลุ่ม	235.757	400	0.589		
	รวม	238.506	404			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาดังตารางที่ 4.43 แสดงผลทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลด้วย F-test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในภาพรวมในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.325 โดยการสร้างความคิด การนำเสนอความคิด และการทำให้ความคิดให้เป็นจริง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.21 0.632 และ 0.819 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 สรุปผลการทดสอบได้ว่า บุคลากรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.44 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน ที่มีสถานะ/ระดับตำแหน่งแตกต่างกัน

พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ในการปฏิบัติงาน	สถานะ/ระดับ ตำแหน่ง	f-test				
		SS	df	MS	F	Sig.
การสร้างความคิด	ระหว่างกลุ่ม	0.959	3	0.320	0.503	0.680
	ภายในกลุ่ม	254.966	401	0.636		
	รวม	255.925	404			
การนำเสนอความคิด	ระหว่างกลุ่ม	0.371	3	0.124	0.170	0.917
	ภายในกลุ่ม	291.990	401	0.728		
	รวม	292.360	404			
การทำให้ความคิดเป็นจริง	ระหว่างกลุ่ม	0.039	3	0.013	0.019	0.997
	ภายในกลุ่ม	276.339	401	0.689		
	รวม	276.378	404			
พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.108	3	0.036	0.061	0.980
	ภายในกลุ่ม	238.398	401	0.595		
	รวม	238.506	404			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาดูตามตารางที่ 4.44 แสดงผลทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลด้วย F-test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในภาพรวมในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานะ/ระดับตำแหน่ง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.980 โดยพฤติกรรมการสร้างความคิด การนำเสนอความคิด และการทำให้ความคิดให้เป็นจริง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.680 0.917 และ 0.997 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 สรุปผลการทดสอบได้ว่า บุคลากรที่มีสถานะ/ระดับตำแหน่งแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.45 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน ที่มีสังกัดปฏิบัติงานแตกต่างกัน

พฤติกรรมการสร้าง นวัตกรรมในการปฏิบัติงาน	t-test for Equality of Means					
	สังกัด	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	t	Sig.
การสร้างความคิด	สายงานส่วนกลาง	183	3.78	0.72	0.955	0.340
	สายงานปฏิบัติการ	222	3.70	0.85		
การนำเสนอความคิด	สายงานส่วนกลาง	183	3.39	0.76	-0.484	0.629
	สายงานปฏิบัติการ	222	3.43	0.92		
การทำให้ความคิดให้เป็นจริง	สายงานส่วนกลาง	183	3.63	0.72	0.742	0.459
	สายงานปฏิบัติการ	222	3.57	0.91		
พฤติกรรมการสร้าง นวัตกรรมในภาพรวม	สายงานส่วนกลาง	183	3.60	0.67	0.415	0.678
	สายงานปฏิบัติการ	222	3.57	0.84		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาดูตามตารางที่ 4.45 แสดงผลทดสอบการเปรียบเทียบ ปัจจัยด้านที่มีสังกัดที่ปฏิบัติงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน ด้วยค่า t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าในภาพรวม มีค่า Sig. 0.678 โดยพฤติกรรมการสร้างความคิด การนำเสนอความคิด และการทำให้ความคิดให้เป็นจริง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.340 0.629 และ

0.459 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 สรุปผลการทดสอบได้ว่า บุคลากรที่มีสังกัดแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานประกอบด้วยการสร้างความคิด การนำเสนอความคิด และการทำให้ความคิดเป็นจริง ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 : ปัจจัยด้านองค์กรที่ประกอบด้วยการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม และบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน

H_0 : ปัจจัยองค์กร ไม่มีความสัมพันธ์กับกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน

H_1 : ปัจจัยองค์กร มีความสัมพันธ์กับกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน

ผู้วิจัยทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน โดยการทดสอบหาค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson product-moment correlation coefficient) โดยการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05 แสดงผลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.46 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการสร้างความคิด (ต่อ)

ปัจจัยด้านองค์กร	พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน			
	ด้านการสร้างความคิด			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
การสนับสนุนของผู้บริหารด้าน นวัตกรรม	0.500**	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
การสนับสนุนด้านความรู้	0.444**	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
การสนับสนุนด้านผลตอบแทน	0.461**	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
การสนับสนุนด้านงบประมาณ	0.473**	0.000	ต่ำ	เดียวกัน

ตารางที่ 4.46 (ต่อ) แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการสร้างความคิด

ปัจจัยด้านองค์กร	พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน			
	ด้านการสร้างความคิด			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม	0.655**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
แรงจูงใจส่วนบุคคล	0.655**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
แรงจูงใจจากองค์กร	0.517**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
บรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร	0.577**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ปัจจัยด้านองค์กรในภาพรวม	0.624**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน

** มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.46 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการสร้างความคิด พบว่า ปัจจัยด้านองค์กรในภาพรวม มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางและไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการสร้างความคิด โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.624 เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยองค์กรเป็นรายด้านในส่วนแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะด้านแรงจูงใจส่วนบุคคลมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านบรรยากาศนวัตกรรมในองค์กร และการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม ซึ่งการสนับสนุนด้านความรู้มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.47 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการนำเสนอความคิด

ปัจจัยด้านองค์กร	พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน			
	ด้านการนำเสนอความคิด			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
การสนับสนุนของผู้บริหารด้าน นวัตกรรม	0.558**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
การสนับสนุนด้านความรู้	0.478**	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
การสนับสนุนด้านผลตอบแทน	0.522**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
การสนับสนุนด้านงบประมาณ	0.534**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็น นวัตกรรม	0.639**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
แรงจูงใจส่วนบุคคล	0.536**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
แรงจูงใจจากองค์กร	0.582**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
บรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร	0.670**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ปัจจัยด้านองค์กรในภาพรวม	0.647**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน

** มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.47 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการนำเสนอความคิด พบว่า ปัจจัยด้านองค์กรในภาพรวม มีความสัมพันธ์ปานกลางและไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการนำเสนอความคิด โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.647 เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยองค์กรเป็นรายด้านเรื่องบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม ในส่วนของแรงจูงใจจากองค์กร และการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม ซึ่งการสนับสนุนด้านความรู้มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.48 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้าง
นวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการทำให้ความคิดเป็นจริง

ปัจจัยด้านองค์กร	พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน ด้านการทำให้ความคิดเป็นจริง			
	Pearson	Sig.	ระดับ	ทิศทาง
	Correlation (r)	(2-tailed)	ความสัมพันธ์	
การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม	0.458**	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
การสนับสนุนด้านความรู้	0.402**	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
การสนับสนุนด้านผลตอบแทน	0.422**	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
การสนับสนุนด้านงบประมาณ	0.438**	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็น นวัตกรรม	0.622**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
แรงจูงใจส่วนบุคคล	0.593**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
แรงจูงใจจากองค์กร	0.512**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
บรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร	0.560**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ปัจจัยด้านองค์กรในภาพรวม	0.583**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน

** . มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.48 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรม
การสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการทำให้ความคิดเป็นจริงพบว่า ปัจจัยด้านองค์กรใน
ภาพรวม มีความสัมพันธ์ปานกลางและไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการ
ปฏิบัติงานด้านการทำให้ความคิดเป็นจริงโดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
(r) เท่ากับ 0.583 เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยองค์กรเป็นรายด้านในส่วนแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็น
นวัตกรรมมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะด้านแรงจูงใจส่วนบุคคลมีค่าสัมประสิทธิ์
สหสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านบรรยากาศนวัตกรรมในองค์กร และการสนับสนุนของผู้บริหาร
ด้านนวัตกรรม ซึ่งการสนับสนุนด้านความรู้มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.49 สรุปผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน

ปัจจัยด้านองค์กร	พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม	0.543**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม	0.685**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
บรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร	0.647**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ปัจจัยด้านองค์กรในภาพรวม	0.688**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน

** . มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.49 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน พบว่า ปัจจัยด้านองค์กร มีความสัมพันธ์ปานกลางและไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.688 มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม และพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. = 0.000, r = 0.543) นอกจากนี้ยังพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. = 0.000, r = 0.685) และความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง บรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร และพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. = 0.000, r = 0.647) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 (H_1 : ปัจจัยองค์กรมีความสัมพันธ์กับกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน)

ตารางที่ 4.50 ตารางสรุปการวิเคราะห์ความคิดเห็นของพนักงานระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยด้านองค์กร

ปัจจัยด้านองค์กร	ปัจจัยส่วนบุคคล					
	เพศ	อายุ	อายุการทำงาน	ระดับการศึกษา	สถานะ/ ระดับตำแหน่ง	สังกัด
การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม	x	/	/	x	/	x
แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม	x	/	/	x	x	x
บรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร	x	/	/	x	x	x
ปัจจัยด้านองค์กรในภาพรวม	x	/	/	x	x	x

หมายเหตุ x หมายถึง มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน
/ หมายถึง มีความคิดเห็นแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.51 ตารางสรุปการวิเคราะห์ความคิดเห็นระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน

พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ในการปฏิบัติงาน	ปัจจัยส่วนบุคคล					
	เพศ	อายุ	อายุการทำงาน	ระดับการศึกษา	สถานะ/ ระดับตำแหน่ง	สังกัด
การสร้างความคิด	x	/	/	x	/	x
การนำเสนอความคิด	x	/	/	x	x	x
การทำความคิดให้เป็นจริง	x	/	/	x	x	x
ปัจจัยพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม ในภาพรวม	x	/	/	x	x	x

หมายเหตุ x หมายถึง มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน
/ หมายถึง มีความคิดเห็นแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.52 ตารางสรุปการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน

ปัจจัยด้านองค์กร	พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน					
	การสร้างความคิด		การนำเสนอความคิด		การทำให้ความคิดเป็นจริง	
	Pearson	ระดับ	Pearson	ระดับ	Pearson	ระดับ
	Correlation (r)	ความสัมพันธ์	Correlation (r)	ความสัมพันธ์	Correlation (r)	ความสัมพันธ์
การสนับสนุนของ ผู้บริหารด้าน นวัตกรรม	0.500**	ต่ำ	0.558**	ปานกลาง	0.458**	ต่ำ
การสนับสนุนด้าน ความรู้	0.444**	ต่ำ	0.478**	ต่ำ	0.402**	ต่ำ
การสนับสนุนด้าน ผลตอบแทน	0.461**	ต่ำ	0.522**	ปานกลาง	0.422**	ต่ำ
การสนับสนุนด้าน งบประมาณ	0.473**	ต่ำ	0.534**	ปานกลาง	0.438**	ต่ำ
แรงจูงใจที่ก่อให้เกิด พฤติกรรมที่เป็น นวัตกรรม	0.655**	ปานกลาง	0.639**	ปานกลาง	0.622**	ปานกลาง
แรงจูงใจส่วนบุคคล	0.655**	ปานกลาง	0.536**	ปานกลาง	0.593**	ปานกลาง
แรงจูงใจจากองค์กร	0.517**	ปานกลาง	0.582**	ปานกลาง	0.512**	ปานกลาง
บรรยากาศด้าน นวัตกรรมในองค์กร	0.577**	ปานกลาง	0.670**	ปานกลาง	0.560**	ปานกลาง
ปัจจัยด้านองค์กร ในภาพรวม	0.624**	ปานกลาง	0.647**	ปานกลาง	0.583**	ปานกลาง

หมายเหตุ ปัจจัยด้านองค์กรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน
ในทิศทางเดียวกัน

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านองค์กรที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษา บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 405 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 68.1 ส่วนใหญ่มีอายุช่วง 31-40 ปี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 ส่วนใหญ่มีอายุการทำงานมากกว่า 15 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 ส่วนใหญ่มีสถานะ/ระดับตำแหน่งเป็นพนักงานระดับ 5-7 จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 49.4 ส่วนใหญ่มีสังกัดสายงานปฏิบัติการ จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8

5.1.2 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านองค์กร

จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านองค์กรแยกเป็นรายด้านโดยใช้องค์ประกอบสำคัญของปัจจัยด้านองค์กร ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมและบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร ได้ดังนี้

5.1.2.1 จากการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม ที่สำคัญสามารถสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการจัดอบรมด้านความรู้ การสนับสนุนด้านผลตอบแทน และการสนับสนุนด้านงบประมาณในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

1) การสนับสนุนด้านความรู้ พบว่า การจัดอบรมพัฒนาองค์ความรู้ การจัดให้มีแหล่งค้นคว้าหาความรู้ และการจัดไปศึกษาดูงานนอกสถานที่ ตามลำดับ

2) การสนับสนุนด้านผลตอบแทน พบว่า การประเมินผลงานประจำปีให้ได้ระดับที่ดีขึ้น การให้รางวัลผลตอบแทนในการค้นพบนวัตกรรมใหม่ๆ และการใช้เวลาในการศึกษาอบรมความรู้ในต่างประเทศ ตามลำดับ

3) การสนับสนุนด้านงบประมาณ พบว่า การมีเงินสนับสนุน เทคโนโลยีและเครื่องมือที่ทันสมัยที่สนับสนุนการทำงานด้านนวัตกรรม การให้งบประมาณในการดำเนินการให้ได้สิ่งใหม่ๆที่ทำให้การทำงานดีขึ้น และการให้งบประมาณในการติดต่อประสานงานเพื่อหาความรู้ใหม่จากภายนอก ตามลำดับ

5.1.2.2 จากการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้าน แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมที่สำคัญสามารถสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านแรงจูงใจส่วนบุคคลในระดับมาก ด้านแรงจูงใจจากองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

1) แรงจูงใจส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการความรู้และประสบการณ์ในการทำงานใหม่ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการแสวงหาความรู้ใหม่แม้การทำงานที่จำเจเหมือนเดิม และผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการใช้ความรู้และประสบการณ์ที่มีอยู่ตามลำดับ

2) แรงจูงใจจากองค์กร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการได้รับการยกย่องชมเชยจากองค์กร การได้รับค่าตอบแทน การเลื่อนขั้นและตำแหน่งที่สูงขึ้น และการได้รับสิทธิพิเศษจากองค์กร เช่น การได้ไปศึกษาดูงานต่างประเทศ ตามลำดับ

5.1.2.3 จากการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร พบว่าพนักงานยินดีที่จะแลกเปลี่ยนความรู้ในขณะที่ทำงานร่วมกัน พนักงานในหน่วยงานของท่านมีความสนใจใฝ่รู้ (Curious) และพนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและเสนอแนวทางในการแก้ปัญหาการทำงาน ตามลำดับ

5.1.2.4 สรุปการวิเคราะห์ในรายด้านพบว่าพนักงานและลูกจ้าง บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เมื่อจัดเรียงลำดับของข้อมูลปัจจัยด้านองค์กรทั้ง 3 ด้าน สามารถจัดเรียงลำดับค่าเฉลี่ยรวมจากระดับมากที่สุดไปหาระดับน้อยที่สุดได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม	มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.40
ลำดับที่ 2 บรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร	มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.32
ลำดับที่ 3 การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม	มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.00

5.1.3 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน

5.1.3.1 จากการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติ ด้านการสร้างความคิดสามารถสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ การสร้าง

ความคิด การทำให้ความคิดเป็นจริง และการนำเสนอความคิดในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

1) การสร้างความคิด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจในสิ่งใหม่ ๆ ที่จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ติดตามข่าวสารเรื่องใหม่ ๆ ที่จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ให้ความสำคัญต่อการสร้างแนวคิดใหม่ในการพัฒนางานที่นอกเหนือจากงานประจำ และพัฒนาแนวคิดในการทำงานใหม่ ๆ เพื่อไปพัฒนาผลงานหรือสร้างนวัตกรรมในการทำงานตามลำดับ

2) การนำเสนอความคิด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเสนอความคิดหรือวิธีการในการแก้ไขปัญหาหรือแนวทางใหม่ ๆ ในการทำงานได้ มีความพยายามในการโน้มน้าวเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้าให้สนับสนุนแนวคิด นวัตกรรม หรือวิธีการแก้ปัญหาใหม่ ๆ ได้ และเสนอแนวทางใหม่ ๆ ในการทำงาน เพื่อนร่วมงานจะตอบสนองความคิดตามที่ท่านเสนอในทางบวก ตามลำดับ

3) การทำให้ความคิดเป็นจริง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพยายามปรับปรุงพัฒนาวิธีการดำเนินการใหม่ ๆ เพื่อพัฒนางานหรือสร้างนวัตกรรม นำแนวคิดใหม่ไปใช้ในการดำเนินงานและปฏิบัติเพื่อให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาการทำงาน และมีกระบวนการในการวางแผนและดำเนินการแนวทางใหม่ ๆ เพื่อนำไปใช้ในทางปฏิบัติได้ ตามลำดับ

5.1.3.2 สรุปการวิเคราะห์ในรายด้านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานทั้ง 3 ด้าน สามารถจัดเรียงลำดับค่าเฉลี่ยรวมจากระดับมากที่สุดไปหาระดับน้อยที่สุดได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 การสร้างความคิด	มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.74
ลำดับที่ 2 การทำให้ความคิดเป็นจริง	มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60
ลำดับที่ 3 การนำเสนอความคิด	มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.41

5.1.4 การทดสอบสมมติฐาน

การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความคิดเห็นกับปัจจัยด้านองค์กร โดยการทดสอบด้วยค่าสถิติ T-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One way Analysis of Variance โดยการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test และเปรียบเทียบด้วยวิธี LSD ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน โดยการทดสอบหาค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson product-moment correlation coefficient) โดยการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05

5.1.4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กร จากการเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามกับปัจจัยด้านองค์กร พบว่า บุคลากรเพศชาย และเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรไม่แตกต่างกัน บุคลากรที่มีอายุแตกต่างกันมีความ

คิดเห็นกับปัจจัยด้านองค์กรแตกต่างกัน ซึ่งบุคลากรกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นกับปัจจัยองค์กรด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรมสูงกว่าทุกกลุ่ม กลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี มีความคิดเห็นกับปัจจัยองค์กรด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมและด้านบรรยากาศด้านนวัตกรรมมากที่สุด และกลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่ำกว่าทุกกลุ่ม บุคลากรที่มีอายุการทำงานแตกต่างกันมีความคิดเห็นกับปัจจัยด้านองค์กรแตกต่างกัน กลุ่มอายุการทำงานไม่เกิน 1 ปี มีความคิดเห็นกับปัจจัยองค์กรด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม ด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม และด้านบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กรสูงที่สุด และกลุ่มอายุการทำงานมากกว่า 15 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่ำกว่าทุกกลุ่ม บุคลากรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรไม่แตกต่างกัน บุคลากรสถานะ/ระดับตำแหน่ง กลุ่มผู้รับจ้างทำของ (จ้างเหมา)/ลูกจ้างรายวัน/ลูกจ้างประจำ มีความคิดเห็นกับปัจจัยองค์กรด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรมสูงกว่าทุกกลุ่ม และพนักงานระดับ 8 ขึ้นไปมีความคิดเห็นต่ำกว่าทุกกลุ่ม บุคลากรที่สังกัดปฏิบัติงานในสายงานส่วนกลางและสายงานปฏิบัติการมีความคิดเห็นกับปัจจัยด้านองค์กรประกอบด้วยการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม และบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กรไม่แตกต่างกัน

สรุปผลได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อายุการทำงาน ระดับการศึกษา สถานะ/ระดับตำแหน่ง และสังกัดที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นกับปัจจัยองค์กร ด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม และ บรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างระหว่างอายุและอายุการทำงานกับแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม และบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร และมีความคิดเห็นแตกต่างกันระหว่างสถานะ/ระดับตำแหน่งกับการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ไม่พบความแตกต่างของปัจจัยองค์กรด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม ด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม และบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กรกับปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ระดับการศึกษา และสังกัดที่ปฏิบัติงาน

5.1.4.2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความคิดเห็นกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน จากการเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน พบว่า บุคลากรเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานประกอบด้วยการสร้างความคิด การนำเสนอความคิด และการทำให้ความคิดเป็นจริง ไม่แตกต่างกัน บุคลากรที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน ซึ่งบุคลากรกลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี และกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการสร้างความคิดสูงกว่าทุกกลุ่ม

และกลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไปมีความคิดเห็นต่ำกว่าทุกกลุ่ม กลุ่มอายุ 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการนำเสนอความคิดและด้านการทำให้ความคิดเป็นจริงสูงกว่าทุกกลุ่ม และกลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไปมีความคิดเห็นต่ำกว่าทุกกลุ่ม บุคลากรที่มีอายุการทำงานแตกต่างกันมีความคิดเห็นกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน ซึ่งกลุ่มอายุการทำงานไม่เกิน 1 ปี มีความคิดเห็นกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการสร้างความคิด การนำเสนอความคิด และการทำให้ความคิดเป็นจริงสูงกว่าทุกกลุ่ม และอายุการทำงานมากกว่า 15 ปีขึ้นไปมีความคิดเห็นต่ำกว่าทุกกลุ่ม บุคลากรที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มัธยมศึกษา ปวช./ปวส. ปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอกมีความคิดเห็นกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน บุคลากรที่มีสถานะ/ระดับตำแหน่งบุคลากรสถานะ/ระดับตำแหน่งผู้รับจ้างทำของ (จ้างเหมา)/ลูกจ้างรายวัน/ลูกจ้างประจำ พนักงานระดับ 1-4 พนักงานระดับ 5-7 และพนักงานระดับ 8 ขึ้นไป มีความคิดเห็นกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน บุคลากรที่สังกัดปฏิบัติงานในสายงานส่วนกลางและสายงานปฏิบัติการมีความคิดเห็นกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

สรุปผลได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อายุการทำงาน ระดับการศึกษา สถานะ/ระดับตำแหน่ง และสังกัดที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานที่ประกอบด้วยการสร้างความคิด การนำเสนอความคิด และการทำให้ความคิดให้เป็นจริง พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างกันระหว่างอายุและอายุการทำงานกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ไม่พบความแตกต่างของความคิดเห็นพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานกับปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ระดับการศึกษา สถานะ/ระดับตำแหน่ง และสังกัดที่ปฏิบัติงาน

5.1.4.3 ปัจจัยด้านองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน จากการเปรียบเทียบปัจจัยด้านองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน พบว่า ปัจจัยด้านองค์กรในภาพรวม มีความสัมพันธ์ปานกลางและไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการสร้างความคิด แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม และบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร

5.2 อภิปรายผล

คำถามหรือโจทย์ในการวิจัยข้อที่ 1 ระดับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ผลการศึกษาสรุปว่า ระดับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด พบว่าองค์การของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก ข้อมูลโดยสรุปของข้อมูลพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการสร้างความคิด ในระดับมาก รองลงมาด้านการทำให้ความคิดเป็นจริง และด้านการทำให้ความคิดให้เป็นจริง ผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของวสันต์สุทธาวาสและประสพชัย พสุนนท์ (2558) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมระดับบุคคลในสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมระดับบุคคลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่า ระดับพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมระดับบุคคลของนักวิชาการ ศึกษาในสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การเปิดรับข้อมูลใหม่ ความรู้ใหม่ ประสบการณ์ใหม่ ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ตรีทิพ บุญแย้ม (2554) ที่ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุทุกระดับที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสร้างนวัตกรรม ระดับบุคคลและระดับกลุ่มงานเพื่อสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในบริษัทเอกชนของไทย พบว่า พฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในระดับบุคคลได้รับอิทธิพลโดยตรงจากลักษณะการคิดริเริ่มและการเปิดกว้างทางความคิด โดยที่ตัวแปรลักษณะการคิดริเริ่มมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในระดับบุคคลมากที่สุด

คำถามหรือโจทย์ในการวิจัยข้อที่ 2 ปัจจัยด้านองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านองค์กร ด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม ด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม และบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานโดยรวมด้านการสร้างความคิด ด้านการนำเสนอความคิด และด้านการทำให้ความคิดเป็นจริงมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง เนื่องจากบุคลากรของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด พบว่ามีปัจจัยองค์กรด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมด้านการสร้างความคิดและด้านการทำให้ความคิดเป็นจริงในระดับต่ำ ได้แก่ การสนับสนุนด้านความรู้ การสนับสนุนด้านผลตอบแทน และด้านการสนับสนุนด้านงบประมาณ

ส่วนด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม และบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร มีความสัมพันธ์มีพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมด้านการสร้างความคิดและด้านการทำให้ความคิดเป็นจริงมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และปัจจัยองค์กรด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมด้านการนำเสนอความคิดพบมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ การสนับสนุนด้านผลตอบแทน และด้านการสนับสนุนด้านงบประมาณ ส่วนการ

สนับสนุนด้านความรู้มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม และบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร มีความสัมพันธ์มีพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมด้านการนำเสนอความคิดมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัทธนา เอ็งบริบูรณ์พงศ์ (2545) ที่ทำการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เจตคติต่องาน บรรยากาศเชิงสร้างสรรค์กับพฤติกรรมสร้างสรรค์ของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลชุมชน พบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บรรยากาศเชิงสร้างสรรค์และเจตคติต่องาน มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลางกับพฤติกรรมสร้างสรรค์ของพยาบาลวิชาชีพ งานผู้ป่วยใน โรงพยาบาลชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม และพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยังพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน และความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง บรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน ผลการศึกษาสอดคล้องกับธนภุต แซ่ไค้ว (2558) ที่ศึกษาปัจจัยด้านองค์กรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงานเพื่อรองรับเศรษฐกิจอาเซียน ของกลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปเนื้อสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า การสนับสนุนจากผู้บริหาร แรงจูงใจและบรรยากาศที่สร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงานในทิศทางเดียวกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการศึกษา

5.3.1.1 จากการวิเคราะห์ ปัจจัยด้านองค์กรที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ด้านการสร้างความคิด พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการสร้างความคิดของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีความสัมพันธ์กับปัจจัยองค์กรด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของแรงจูงใจส่วนบุคคล ผลจากการที่พนักงานมีความต้องการความรู้และประสบการณ์ในการทำงานใหม่ ๆ ต้องการแสวงหาความรู้ใหม่แม้การทำงานที่จำเจเหมือนเดิม และมีความต้องการใช้ความรู้และประสบการณ์ที่มีอยู่ ซึ่งเป็นสิ่งที่ดีในด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล ส่วนแรงจูงใจจากองค์กร คือ การได้รับค่าตอบแทน การเลื่อนขั้นและตำแหน่งที่สูงขึ้น การได้รับการยกย่องชมเชยจากองค์กร และการได้รับสิทธิพิเศษจากองค์กร เช่น การได้ไปศึกษาดูงานต่างประเทศ เป็นต้น องค์กรจึงควรสนับสนุนเพิ่มเติม

ด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมเพื่อรองรับกับความต้องการที่อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

ด้านการนำเสนอความคิด พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการนำเสนอความคิดของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับปัจจัยองค์เรื่องบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กรสูงที่สุด กล่าวคือ ปณท ส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานสามารถเสนอความคิดหรือวิธีการในการแก้ไขปัญหาหรือแนวทางใหม่ๆในการทำงานได้ พนักงานมีความพยายามในการโน้มน้าวเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้าให้สนับสนุนแนวคิด นวัตกรรม หรือวิธีการแก้ปัญหาใหม่ ๆ ได้ และเมื่อพนักงานเสนอแนวทางใหม่ ๆ ในการทำงาน เพื่อนร่วมงานจะตอบสนองความคิดตามที่เสนอในทางบวก ดังนั้น องค์กรควรตระหนักและส่งเสริมบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กรที่จะทำให้พนักงานยินดีที่จะแลกเปลี่ยนความรู้ในขณะที่ทำงานร่วมกัน การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและเสนอแนวทางในการแก้ปัญหารการทำงาน และทุกคนในหน่วยงานมีความสนใจใฝ่รู้ (Curious)

ด้านการทำความคิดให้เป็นจริง จากพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการทำความคิดให้เป็นจริงของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มีความสัมพันธ์กับปัจจัยองค์ด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนของแรงจูงใจส่วนบุคคลมากที่สุด เกิดจากพนักงานมีความต้องการความรู้และประสบการณ์ในการทำงานใหม่ๆ ความต้องการแสวงหาความรู้ใหม่แม้การทำงานที่จำเจเหมือนเดิม และความต้องการใช้ความรู้และประสบการณ์ที่มีอยู่ ซึ่งเป็นสิ่งที่ดีในด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล ดังนั้น องค์กรควรมีการประเมินผลงานเพื่อการพัฒนา การเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง สำหรับบุคลากรที่มีพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม เช่น การคิดค้นและการทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ในองค์กรเพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจและพลังในการขับเคลื่อนให้มากขึ้น

ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ประกอบด้วย ด้านความรู้ ผลตอบแทนและงบประมาณ ล้วนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการสนับสนุนด้านความรู้ อาจเนื่องจาก ขาดการสนับสนุน และการพัฒนาจากองค์กร ดังนั้น องค์กรต้องดูแลใส่ใจสนับสนุนการพัฒนาองค์ความรู้ ควรมีการจัดอบรม การจัดไปศึกษาดูงานนอกสถานที่ และควรจัดให้มีแหล่งค้นคว้าหาความรู้ที่เพียงพอต่อความต้องการและสะดวกต่อการเข้าใช้บริการ ควรให้การส่งเสริมและการสนับสนุนเงินและค่าผลตอบแทนให้พนักงานที่มีส่วนร่วมในการคิดค้นนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน ควรมีการสนับสนุนจากผู้บริหารในการส่งเสริมองค์ความรู้จากภายนอกองค์กรทั้งในประเทศและต่างประเทศ การสนับสนุนงบประมาณในการสร้างนวัตกรรมและผลตอบแทนให้พนักงานมีความรู้สึกร่วมเพื่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น เนื่องจากการสนับสนุนจากผู้บริหารมีความสำคัญในการทำให้บุคลากร

เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานได้ตั้งแต่การสร้างความคิด การนำเสนอความคิด และการทำให้ความคิดให้เป็นจริง ล้วนส่งผลไปในทิศทางเดียวกัน

ด้านแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย แรงจูงใจส่วนบุคคลและแรงจูงใจจากองค์กร พบว่า องค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมต่อแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งแรงจูงใจส่วนบุคคลอยู่ในระดับมาก ในขณะที่แรงจูงใจจากองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง และยังพบความสัมพันธ์ทางบวกที่มีความสำคัญในการทำให้บุคลากรเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานได้ตั้งแต่การสร้างความคิด การนำเสนอความคิด และการทำให้ความคิดให้เป็นจริง ดังนั้น องค์กรควรมีการสร้างแรงจูงใจด้านอื่นเพื่อตอบสนองความต้องการของพนักงานโดยใช้แรงจูงใจตามทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์เพื่อเป็นการกระตุ้นให้พนักงานเกิดพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมมากขึ้น

ด้านบรรยากาศการสร้างนวัตกรรมในองค์กร ความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อบรรยากาศการสร้างนวัตกรรมในองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง พนักงานยินดีที่จะแลกเปลี่ยนความรู้ในขณะทำงานร่วมกัน การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและเสนอแนวทางในการแก้ปัญหาการทำงาน และพนักงานในหน่วยงานของท่านมีความสนใจใฝ่รู้ (Curious) ดังนั้น บรรยากาศในการทำงานมีผลต่อพฤติกรรมของพนักงานในองค์กร ควรมีการศึกษาและให้ความสำคัญกับบรรยากาศในการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นบรรยากาศภายในองค์กรและภายนอกองค์กร เพื่อส่งเสริมการสร้างบรรยากาศการสร้างนวัตกรรมให้พนักงานมีส่วนร่วมได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้แสดงความคิดเห็นและเสนอแนวทางส่งเสริมให้พนักงานมีความสนใจตระหนักถึงความสำคัญถึงการสร้างสรรค์นวัตกรรมในองค์กรได้มากขึ้น

พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย การสร้างความคิด การนำเสนอความคิดและการทำให้ความคิดเป็นจริง โดยรวมพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านองค์กรที่ประกอบด้วย การสนับสนุนจากผู้บริหาร แรงจูงใจที่ทำให้เกิดการสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมและบรรยากาศการสร้างนวัตกรรมในองค์กรมีในทิศทางเดียวกัน ดังนั้น องค์กรควรมีกระบวนการหรือแนวทางการพัฒนาพนักงานให้มีความทักษะการสร้างความคิด การทำให้ความคิดเป็นจริง และการนำเสนอความคิด ซึ่งจะเห็นว่าคุณสมบัติสัมพันธ์กับปัจจัยด้านองค์กรของ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มากขึ้นกว่าเดิมสำหรับการสนับสนุนจากผู้บริหาร เช่น การฝึกอบรมหรือการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างพนักงานทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร เพื่อสร้างพฤติกรรมของพนักงานในการสร้างความคิด การนำเสนอความคิด และการทำให้ความคิดให้เป็นจริงให้มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งเป็นการกระตุ้นส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมในองค์กรเพิ่มมากขึ้น

5.3.1.2 จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นกับปัจจัยองค์กรที่ประกอบด้วย ด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม ด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม และบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1) บุคลากรที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นกับปัจจัยด้านองค์กรแตกต่างกัน ในกลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปีและกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรในภาพรวมแตกต่างกันกับอายุ 41 – 50 ปีและอายุ 51 ปีขึ้นไป กล่าวได้ว่า สำหรับบุคลากรกลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปีและกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรเหมือนกัน ดังนั้น องค์กรควรให้ความสำคัญกับบุคลากรกลุ่มนี้ซึ่งควรมีการสนับสนุนปัจจัยองค์กรด้านแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม เช่น ด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล ควรส่งเสริมสนับสนุนให้พนักงานมีความรู้และประสบการณ์ในการทำงานใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นการให้ทุนศึกษาต่อหรือการฝึกอบรมทั้งจากภายในองค์กรและภายนอกองค์กร เป็นต้น ด้านบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร ควรจัดให้มีเวทีที่ให้พนักงานสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกัน และด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม ควรมีการจัดสรรให้งบประมาณในการดำเนินการเพื่อให้ได้สิ่งใหม่ ๆ ที่ทำให้การทำงานดีขึ้น การประเมินผลงานประจำปีให้ได้ระดับที่ดีขึ้น และควรมีศูนย์การเรียนรู้ที่สามารถรองรับพนักงานที่ต้องการพัฒนาตนเองผ่านการจัดอบรมพัฒนาองค์ความรู้

2) บุคลากรที่มีอายุการทำงานแตกต่างกันมีความคิดเห็นกับปัจจัยด้านองค์กรแตกต่างกัน กลุ่มอายุการทำงานไม่เกิน 1 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรในภาพรวมแตกต่างกันกับอายุการทำงานที่มากกว่า 15 ปีขึ้นไป กลุ่มอายุการทำงาน 1 – 5 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรในภาพรวมแตกต่างกันกับอายุการทำงาน 11 – 15 ปีและอายุการทำงานมากกว่า 15 ปีขึ้นไป และกลุ่มอายุการทำงาน 6 – 10 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรในภาพรวมแตกต่างกันกับอายุการทำงานมากกว่า 15 ปีขึ้นไป ดังนั้น บุคลากรที่มีอายุการทำงานมากกว่า 15 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรในภาพรวมแตกต่างกันกับอายุการทำงานอื่น องค์กรควรมีปัจจัยที่สนับสนุนส่งเสริมที่แตกต่างระหว่างช่วงอายุการทำงาน เช่น ด้านแรงจูงใจส่วนบุคคลควรส่งเสริมบุคลากรให้มีการใช้ความรู้และประสบการณ์ที่มีอยู่ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้พนักงานมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้น ด้านแรงจูงใจจากองค์กร มอบสิทธิพิเศษจากองค์กร เช่น การได้ไปศึกษาดูงานต่างประเทศ เป็นต้น เพื่อให้บุคลากรได้เปิดโลกการเรียนรู้ใหม่ ๆ ด้านบรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร ควรจัดให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและเสนอแนวทางในการแก้ปัญหาการทำงานซึ่งแสดงถึงการให้เกียรติและพนักงานก็รู้สึกภูมิใจว่าตัวเองมีตัวตนในองค์กร

3) บุคลากรที่มีสถานะ/ระดับตำแหน่งแตกต่างกัน มีความคิดเห็นกับปัจจัยด้านองค์กรด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรมแตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้รับจ้างทำของ (จ้างเหมา)/ ลูกจ้างรายวัน/ลูกจ้างประจำ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรด้านการสนับสนุนของผู้บริหารด้าน

นวัตกรรมแตกต่างกันกับพนักงานระดับ 5 – 7 และพนักงานระดับ 8 ขึ้นไป ดังนั้น องค์กรควรให้ความสำคัญกับการสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรมมากกว่ากลุ่มอื่น เช่น การสนับสนุนด้านผลตอบแทน มีการประเมินผลงานประจำปีให้ได้ระดับที่ดีขึ้น การสนับสนุนด้านงบประมาณ มีการให้งบประมาณในการติดต่อประสานงานเพื่อหาความรู้ใหม่จากภายนอก การสนับสนุนด้านความรู้ การจัดไปศึกษาดูงานนอกสถานที่ เป็นต้น

5.3.1.3 จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่ให้ความคิดเห็นกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานประกอบด้วยการสร้างความคิด การนำเสนอความคิด และการทำให้ความคิดเป็นจริง ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1) บุคลากรที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นกับปัจจัยด้านพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในภาพรวมแตกต่างกัน โดยพบว่ากลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี และกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการสร้างความคิดและด้านการนำเสนอความคิดแตกต่างกันกับอายุ 51 ปีขึ้นไป ดังนั้น องค์กรควรมีการส่งเสริมพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมให้มากขึ้น ด้านการสร้างความคิด เช่น การให้ความสนใจในสิ่งใหม่ ๆ ที่จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น การติดตามข่าวสารเรื่องใหม่ ๆ ที่จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น และพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมด้านการนำเสนอความคิด เช่น การเสนอความคิดหรือวิธีการในการแก้ไขปัญหาหรือแนวทางใหม่ ๆ ในการทำงานได้ การโน้มน้าวเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้าให้สนับสนุนแนวคิด นวัตกรรม หรือวิธีการแก้ปัญหาใหม่ ๆ ได้

2) บุคลากรที่มีอายุการทำงานแตกต่างกันมีความคิดเห็นกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน โดยพบว่าอายุการทำงานที่มากกว่า 15 ปีขึ้นไปมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการสร้างความคิดแตกต่างกันกับอายุการทำงานกลุ่มอื่น ดังนั้น องค์กรควรมีการสนับสนุนส่งเสริมเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในภาพรวมแตกต่างกัน เช่น กับกลุ่มอายุการทำงาน 1 – 5 ปี กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานด้านการทำให้ความคิดเป็นจริง ด้านการสร้างความคิด และด้านการทำให้ความคิดเป็นจริง เช่น การเสนอแนวทางใหม่ ๆ ในการทำงาน เพื่อนร่วมงานจะตอบสนองความคิดตามที่ท่านเสนอในทางบวก มีกระบวนการในการวางแผนและดำเนินการแนวทางใหม่ ๆ เพื่อนำไปใช้ในทางปฏิบัติได้ และการพัฒนาแนวคิดในการทำงานใหม่ ๆ เพื่อไปพัฒนาผลงานหรือสร้างนวัตกรรมในการทำงาน จนเป็นพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานที่สม่ำเสมอ

5.3.2 ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

5.3.2.1 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์โดยการทดสอบหาค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson product-moment correlation coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านองค์กรกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เท่านั้น

จึงควรมีการศึกษาวเคราะห์เพิ่มเติมในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงสาเหตุทั้งอิทธิพลหลักและอิทธิพลสัมพันธ์

5.3.2.2 การวิจัยครั้งนี้เป็นการทำวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ อาจจะยังได้ข้อมูลที่จำกัดหรือไม่ครอบคลุม จึงควรมีการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) เป็นการนำวิธีวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมาใช้ในการวิจัยเรื่องเดียว เพื่อศึกษาในเชิงลึกที่อาจได้ข้อมูลที่รัดกุมเป็นประโยชน์ในอนาคต

5.3.2.3 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรอื่นๆหรือมิติที่สามารถส่งผลกระทบต่อองค์กรด้านอื่น ๆ เช่น ความผูกพันต่อองค์กร โมเดล แนวคิดทฤษฎี เป็นต้น เพื่อประโยชน์และการนำไปใช้ในการบริหาร ด้านนโยบายขององค์กร



บรรณานุกรม

การจัดการนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจที่มีผลต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมของพนักงาน.

[ออนไลน์]. สืบค้นจาก : <http://libdoc.dpu.ac.th/thesis/144964.pdf>. (วันที่สืบค้น 15 มกราคม 2561)

เจียรนัย จิระโร. (2544). บรรยากาสองค์การและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู โรงเรียนเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี).

ชูศรี วงศ์รัตน์. (2550) เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. ไทยเนรมิตกิจ อินเตอร์ โปรเกรสซิฟ. (พิมพ์ครั้งที่ 10). นนทบุรี.

ณัฐพล มิ่งขวัญ และ โชติมา แก้วกรอง. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อบริการไปรษณีย์ไทยในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อบริการที่เป็นเลิศ. วารสารวิทยบริการ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, พฤษภาคม-สิงหาคม.

ตรีทิพ บุญเยี่ยม. (2554). ปัจจัยเชิงสาเหตุทุกระดับที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมระดับบุคคลและระดับกลุ่มงานเพื่อสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในบริษัทเอกชนของไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).

ทิมมิกา เครือเนตร. (2558). ภาวะผู้นำกับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท ไทยฟู้ตส์ กรุ๊ป จำกัด. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์).

ชนกฤต แซ่ไคว้. (2557). ปัจจัยด้านองค์กรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงานเพื่อรองรับเศรษฐกิจอาเซียน ของกลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปเนื้อสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2548). การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ: อินเตอร์พรินทร์.

นาฏวดี จำปาดี. (2554). การรับรู้ความสามารถของตนเอง รูปแบบความคิดสร้างสรรค์และปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม : กรณีศึกษา บริษัทผู้ให้บริการคำปรึกษาและพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์แห่งหนึ่ง. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

บรรณานุกรม (ต่อ)

ประวัติกิจการไปรษณีย์ไทย. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก :

https://www.thailandpost.co.th/un/article_list_with_detail/aboutus/85,
(วันที่สืบค้น 22 กุมภาพันธ์ 2561)

รายงานประจำปี บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก :

https://www.thailandpost.co.th/un/article_list/aboutus/89. (วันที่สืบค้น 22 กุมภาพันธ์ 2561)

ประจักษ์ จงอัญญากุล. (2546). การรับรู้บรรยากาศองค์การและพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน
กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมกระดาษลูกฟูกแห่งหนึ่ง. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).

ปองปรัชญ์ ปือราแง. (2554). การทำงานเป็นทีมที่มีผลต่อการสร้างบรรยากาศองค์การ กรณีศึกษา
สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).

ปิยะดา ศรีประทุม. (2548). บรรยากาศองค์การและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของ
พนักงานบริษัทผลิตสื่อโทรทัศน์. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าพระนครเหนือ).

พัทธนา เอ็งบริบูรณ์พงศ์. (2545). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เจตคติต่องาน
บรรยากาศเชิงสร้างสรรค์ กับพฤติกรรมสร้างสรรค์ของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาล
ชุมชน. (วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

วสันต์ สุทธาวาส และ ประสพชัย พสุนนท์. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมระดับ
บุคคลในสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร,
มหาวิทยาลัยศิลปากร, มกราคม – เมษายน.

ศักดิ์พันธ์ ตันวิมลรัตน์. (2558). รูปแบบการบริหารข่างานห้องสมุด มหาวิทยาลัยสวนภูมิภาควิทยา การ
เป็นองค์การแห่งนวัตกรรม. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์, บัณฑิต
วิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร, มกราคม - เมษายน.

สิทธิชัย ศรีเจริญประมง. (2556). แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนา
คุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต,
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- อุทัยวรรณ เกตุบุญมี. (2553). แรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน โรงงานผลิตกระป๋องในเขตอำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- อุไรพร ชลสิริรุ่งสกุล. (2559). พลิกโฉมธุรกิจไทยด้วย ดิจิทัล 4.0. กรุงเทพฯธุรกิจ. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/704291>. (วันที่สืบค้น 18 กุมภาพันธ์ 2561)
- George D. and Mallery P. (2003). **SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0.** 4th ed. Boston MA: Allyn and Bacon.
- Hinkle D.E, William, W. & Stephen G.J., (1998). **Applied Statistics for the Behavior Sciences.** 4th ed, New York: Houghton Mifflin.
- Maslow A.H. (1954). **Motivation and personality.** New York: Harper.
- McClelland D.C, (1985). **Human motivation.** Oakland: N.J : Scott Foresman & company.

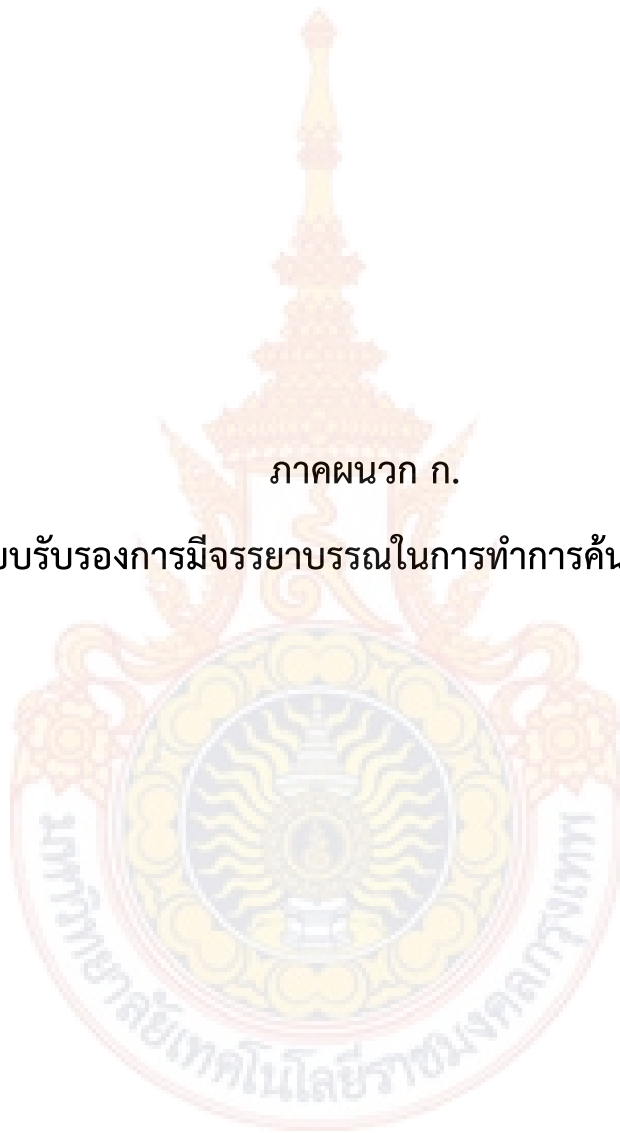


ภาคผนวก



ภาคผนวก ก.

แบบรับรองการมีจรรยาบรรณในการทำการค้นคว้าอิสระ



แบบรับรองการมีจรรยาบรรณในการทำการค้นคว้าอิสระ

เพื่อให้การทำการค้นคว้าอิสระของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีคุณภาพและมาตรฐานตามหลักวิชาการ มหาวิทยาลัยฯ ได้กำหนดให้นักศึกษาทุกคนปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณนักวิจัย 9 ข้อ ตามที่สภาวิจัยแห่งชาติกำหนด ซึ่งประกอบไปด้วย

จรรยาบรรณนักวิจัย 9 ข้อ ตามที่สภาวิจัยแห่งชาติกำหนด

1. นักวิจัยต้องซื่อสัตย์และมีคุณธรรมในทางวิชาการและการจัดการ นักวิจัยต้องมีความซื่อสัตย์ต่อตนเองไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน ไม่ลอกเลียนงานของผู้อื่น ต้องให้เกียรติและอ้างถึงบุคคลหรือแหล่งที่มาของข้อมูลที่มาใช้ในการงานวิจัย ต้องซื่อตรงต่อการแสวงหาทุนวิจัย และมีความเป็นธรรมเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย

2. นักวิจัยต้องตระหนักถึงพันธกรณีในการทำงานวิจัย ตามข้อตกลงที่ทำไว้กับหน่วยงานที่สนับสนุนการวิจัย และต่อหน่วยงานที่ตนสังกัด นักวิจัยต้องปฏิบัติตามพันธกรณีและข้อตกลงการวิจัยที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายยอมรับร่วมกัน อุทิศเวลาทำงานวิจัยให้ได้ผลดีที่สุด และเป็นไปตามกำหนดเวลา มีความรับผิดชอบไม่ละทิ้งงานระหว่างดำเนินการ

3. นักวิจัยต้องมีพื้นฐานความรู้ในสาขาวิชาการที่ทำวิจัย นักวิจัยต้องมีพื้นฐานความรู้ในสาขาวิชาการที่ทำวิจัยอย่างเพียงพอ และมีความรู้ความชำนาญ หรือมีประสบการณ์เกี่ยวเนื่องกับเรื่องที่ทำวิจัย เพื่อนำไปสู่งานวิจัยที่มีคุณภาพ และเพื่อป้องกันปัญหาการวิเคราะห์ การตีความ หรือการสรุปที่ผิดพลาด อันอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่องานวิจัย

4. นักวิจัยต้องมีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ศึกษาวิจัย ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มีชีวิตหรือไม่มีชีวิต นักวิจัยต้องดำเนินการด้วยความรอบคอบระมัดระวัง และเที่ยงตรงในการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคน สัตว์ พืช ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม มีจิตสำนึกและมีปณิธานที่จะอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

5. นักวิจัยต้องเคารพศักดิ์ศรี และสิทธิของมนุษย์ที่ใช้เป็นตัวอย่างในการวิจัย นักวิจัยต้องไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ทางวิชาการจนละเลยและขาดความเคารพในศักดิ์ศรีของเพื่อนมนุษย์ ต้องถือเป็นภาระหน้าที่ที่จะอธิบายจุดมุ่งหมายของการวิจัยแก่บุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยไม่หลอกลวงหรือบีบบังคับ และไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

6. นักวิจัยต้องมีอิสระทางความคิด โดยปราศจากอคติในทุกขั้นตอนของการทำวิจัย นักวิจัยต้องมีอิสระทางความคิด ต้องตระหนักว่า อคติส่วนตัว หรือความลำเอียงทางวิชาการ อาจส่งผลให้มีการบิดเบือนข้อมูลและข้อค้นพบทางวิชาการ อันเป็นเหตุให้เกิดผลเสียหายต่องานวิจัย

7. นักวิจัยพึงนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในทางที่ชอบ นักวิจัยพึงเผยแพร่ผลงานวิจัยเพื่อประโยชน์ทางวิชาการและสังคม ไม่ขยายผลข้อค้นพบจนเกินความเป็นจริง และไม่ใช้ผลงานวิจัยไปในทางมิชอบ

8. นักวิจัยพึงเคารพความคิดเห็นทางวิชาการของผู้อื่น นักวิจัยพึงมีใจกว้าง พร้อมทั้งเปิดเผยข้อมูลและขั้นตอนการวิจัย ยอมรับฟัง ความคิดเห็นและเหตุผลทางวิชาการของผู้อื่น และพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขงานวิจัยของตนให้ถูกต้อง

9. นักวิจัยพึงมีความรับผิดชอบต่อสังคมทุกระดับ นักวิจัยพึงมีจิตสำนึกที่จะอุทิศกำลังสติปัญญาในการทำวิจัย เพื่อความก้าวหน้าทางวิชาการ เพื่อความเจริญและประโยชน์สุขของสังคมและมวลมนุษยชาติ

ข้าพเจ้า นางสาวอำพร พันมะณี นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รหัสนักศึกษา 57805141017-8 ซึ่งเป็นผู้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่องปัจจัยด้านองค์กรที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา : บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้ทราบและปฏิบัติตามหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณที่กำหนดไว้ทุกประการ ข้าพเจ้าทราบดีว่าการให้ข้อความอันเป็นเท็จและการละเมิดหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณนักวิจัย อาจนำมาสู่การพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา หรือถูกเพิกถอนปริญญา

.....
อำพร พันมะณี

ผู้ทำการค้นคว้าอิสระ

วันที่ เดือน พ.ศ.

ภาคผนวก ข.

แบบสอบถาม



แบบสอบถามการวิจัย
“ปัจจัยด้านองค์กรที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน”
กรณีศึกษา : บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

แบบสอบถามชุดนี้เป็นเครื่องมือที่ใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้าอิสระตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล กรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยด้านองค์กรที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด แบบสอบถามนี้แบ่งเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านองค์กร จำนวน 18 ข้อ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ตามความเป็นจริงให้ครบทุกข้อ

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. อายุ

() ไม่เกิน 30 ปี () 31 – 40 ปี

() 41 – 50 ปี () 51 ปีขึ้นไป

3. อายุการทำงาน (นับตั้งแต่เริ่มเข้าปฏิบัติงานใน กสท.เศษของปีให้นับเป็น 1 ปี)

() ไม่เกิน 1 ปี () 1 – 5 ปี () 6 – 10 ปี

() 11 – 15 ปี () มากกว่า 15 ปี

4. ระดับการศึกษา (วุฒิการศึกษาสูงสุดที่ท่านสำเร็จการศึกษา ไม่ใช่วุฒิการศึกษาแรกบรรจุ)

() ต่ำกว่ามัธยมศึกษา () มัธยมศึกษา () ปวช./ปวส.

() ปริญญาตรี () ปริญญาโท () ปริญญาเอก

5. สถานะ / ระดับตำแหน่ง

() ผู้รับจ้างทำของ (จ้างเหมา)/ลูกจ้างรายวัน/ลูกจ้างประจำ () พนักงานระดับ 1 – 4

() พนักงานระดับ 5 – 7 () พนักงานระดับ 8 ขึ้นไป

6. สังกัด

() สายงานส่วนกลาง () สายงานปฏิบัติการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยด้านองค์กร

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความแต่ละข้อตามความเป็นจริงแล้วทำ เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงหนึ่งช่องและกรุณาตอบให้ครบทุกข้อ

ลำดับ ที่	ปัจจัยด้านองค์กร	ระดับความคิดเห็น				
		1 น้อยที่สุด	2 น้อย	3 ปานกลาง	4 มาก	5 มากที่สุด
	การสนับสนุนของผู้บริหารด้านนวัตกรรม					
	การสนับสนุนด้านความรู้					
1.	การจัดให้มีแหล่งค้นคว้าหาความรู้					
2.	การจัดอบรมพัฒนาองค์ความรู้					
3.	การจัดไปศึกษาดูงานนอกสถานที่					
	การสนับสนุนด้านผลตอบแทน					
4.	การให้เวลาในการศึกษาอบรมความรู้ในต่างประเทศ					
5.	การให้รางวัลผลตอบแทนในการค้นพบนวัตกรรมใหม่ๆ					
6.	การประเมินผลงานประจำปีให้ระดับที่ดีขึ้น					
	การสนับสนุนด้านงบประมาณ					
7.	มีเงินสนับสนุน เทคโนโลยีและเครื่องมือที่ทันสมัยที่สนับสนุนการทำงานด้านนวัตกรรม					
8.	การให้งบประมาณในการติดต่อประสานงานเพื่อหาความรู้ใหม่จากภายนอก					
9.	การให้งบประมาณในการดำเนินการให้ได้สิ่งใหม่ๆ ที่ทำให้การทำงานดีขึ้น					
	แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม					
	แรงจูงใจส่วนบุคคล					
10.	ท่านมีความต้องการใช้ความรู้และประสบการณ์ที่มีอยู่					
11.	ท่านมีความต้องการแสวงหาความรู้ใหม่แม้การทำงานที่จำเจเหมือนเดิม					
12.	ท่านมีความต้องการความรู้และประสบการณ์ในการ					

ลำดับ ที่	ปัจจัยด้านองค์กร	ระดับความคิดเห็น				
		1 น้อยที่สุด	2 น้อย	3 ปานกลาง	4 มาก	5 มากที่สุด
	ทำงานใหม่ๆ					
	แรงจูงใจจากองค์กร					
13.	การได้รับค่าตอบแทน การเลื่อนขั้นและตำแหน่งที่สูงขึ้น					
14.	การได้รับการยกย่องชมเชยจากองค์กร					
15.	การได้รับสิทธิพิเศษจากองค์กร เช่น การได้ไปศึกษาดูงานต่างประเทศ เป็นต้น					
	บรรยากาศด้านนวัตกรรมในองค์กร					
16.	พนักงานในหน่วยงานของท่านมีความสนใจใฝ่รู้ (Curious)					
17.	พนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและเสนอแนวทางในการแก้ปัญหาการทำงาน					
18.	พนักงานยินดีที่จะแลกเปลี่ยนความรู้ในขณะที่ทำงานร่วมกัน					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความแต่ละข้อตามความเป็นจริงแล้วทำ เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงหนึ่งช่องและกรุณาตอบให้ครบทุกข้อ

ลำดับที่	พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน	ระดับความคิดเห็น				
		1 น้อยที่สุด	2 น้อย	3 ปานกลาง	4 มาก	5 มากที่สุด
พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน						
การสร้างความคิด						
1.	ท่านให้ความสำคัญต่อการสร้างแนวคิดใหม่ในการพัฒนางานที่นอกเหนือจากงานประจำ					
2.	ท่านให้ความสนใจในสิ่งใหม่ๆ ที่จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น					
3.	ท่านติดตามข่าวสารเรื่องใหม่ๆ ที่จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น					
4.	ท่านพัฒนาแนวคิดในการทำงานใหม่ๆ เพื่อไปพัฒนาผลงานหรือสร้างนวัตกรรมในการทำงาน					
การนำเสนอความคิด						
5.	ท่านสามารถเสนอความคิดหรือวิธีการในการแก้ไขปัญหาหรือแนวทางใหม่ๆ ในการทำงานได้					
6.	เมื่อท่านเสนอแนวทางใหม่ๆ ในการทำงาน เพื่อนร่วมงานจะตอบสนองความคิดตามที่ท่านเสนอในทางบวก					
7.	ท่านมีความพยายามในการโน้มน้าวเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้าให้สนับสนุนแนวคิด นวัตกรรม หรือวิธีการแก้ปัญหาใหม่ๆ ได้					
การทำให้ความคิดเป็นจริง						
8.	ท่านมีกระบวนการในการวางแผนและดำเนินการแนวทางใหม่ๆ เพื่อนำไปใช้ในทางปฏิบัติได้					

ลำดับที่	พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน	ระดับความคิดเห็น				
		1 น้อยที่สุด	2 น้อย	3 ปานกลาง	4 มาก	5 มากที่สุด
9.	ท่านนำแนวคิดใหม่ไปใช้ในการดำเนินงานและปฏิบัติเพื่อให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาการทำงาน					
10.	ท่านพยายามปรับปรุงพัฒนาวิธีการดำเนินการใหม่ๆเพื่อพัฒนางานหรือสร้างนวัตกรรม					

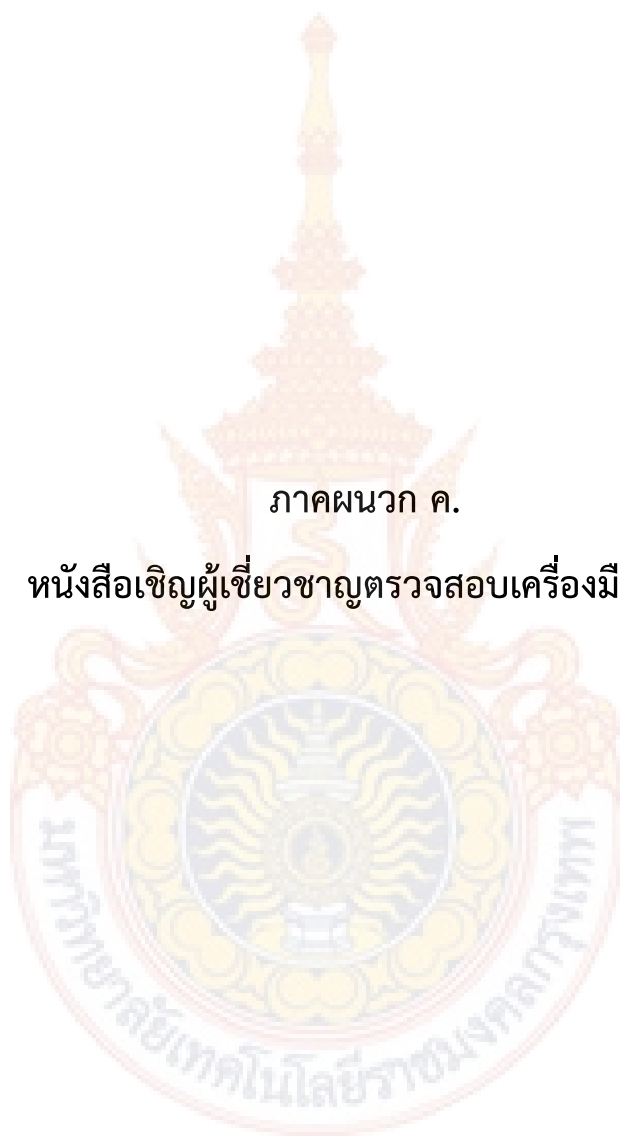
“ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม”

ผู้วิจัย



ภาคผนวก ค.

หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย



ที่ ศธ ๐๕๗๙.๐๔/๐๔ ๑



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
๘๗๘ ถนนอาคารสงเคราะห์
แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ ๑๐๑๒๐

๒๖ มีนาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณวรินทร์ทิพย์ สายสาระ

ด้วย นางสาวอำพร พันมะณี นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รหัสนักศึกษา ๕๗๘๐๕๔๑๐๑๗-๘ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ กำลังจัดทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา : บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด” โดยมี ดร.สมศักดิ์ บุตรสาคร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ซึ่งจำเป็นต้องให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัยก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

ในการนี้ คณะบริหารธุรกิจ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถและมีประสบการณ์ในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพและให้ข้อเสนอแนะในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาเครื่องมือวิจัยอันจะส่งผลให้ได้งานวิจัยที่มีคุณภาพต่อไป หากต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นางสาวอำพร พันมะณี โทรศัพท์ ๐๘๓ ๐๐๗ ๓๔๗๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิตแก้ว เอี่ยมแถม)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานคณบดี คณะบริหารธุรกิจ

โทรศัพท์ ๐ ๒๒๘๗ ๙๖๗๓

โทรสาร ๐ ๒๒๘๖ ๘๙๖๒

ที่ ศธ ๐๕๗๙.๐๔/๐๘๒



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
๘๗๘ ถนนอาคารสงเคราะห์
แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ ๑๐๑๒๐

๒๖ มีนาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณมัทนา มั่นคง

ด้วย นางสาวอำพร พันมะณี นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รหัสนักศึกษา ๕๗๘๐๕๑๔๑๐๑๗-๘ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ กำลังจัดทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา : บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด” โดยมี ดร.สมศักดิ์ บุตรสาคร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ซึ่งจำเป็นต้องให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัยก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

ในการนี้ คณะบริหารธุรกิจ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถและมีประสบการณ์ในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพและให้ข้อเสนอแนะในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาเครื่องมือวิจัยอันจะส่งผลให้ได้งานวิจัยที่มีคุณภาพต่อไป หากต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นางสาวอำพร พันมะณี โทรศัพท์ ๐๘๓ ๐๐๗ ๓๔๗๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ก๊วกว เอี่ยมแล่ม)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานคณบดี คณะบริหารธุรกิจ

โทรศัพท์ ๐ ๒๒๘๗ ๔๖๗๓

โทรสาร ๐ ๒๒๘๖ ๘๔๖๒



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ โครงการบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ โทร. ๙๖๗๓
 ที่ ศธ ๐๕๗๙.๐๔/ 0340 วันที่ ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๒
 เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.เชิงชาย สุวรรณภูมิ

ด้วย นางสาวอำพร พันมะณี รหัสนักศึกษา ๕๗๘๐๕๑๔๑๐๑๗-๘ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ กำลังจัดทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัยด้านองค์กรและพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา : บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด” โดยมี ดร.สมศักดิ์ บุตรสาคร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ซึ่งจำเป็นต้องให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัยก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

ในการนี้ คณะบริหารธุรกิจ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถและมีประสบการณ์ในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพและให้ข้อเสนอแนะในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาเครื่องมือวิจัยอันจะส่งผลให้ได้งานวิจัยที่มีคุณภาพต่อไป หากต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นางสาวอำพร พันมะณี โทรศัพท์ ๐๘๓ ๐๐๗ ๓๙๗๑๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ก้องแก้ว เอี่ยมแล้ม)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวอำพร พันมะณี
วัน เดือน ปีเกิด	21 มกราคม 2530
สถานที่เกิด	จังหวัดร้อยเอ็ด
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2553	ระดับปริญญาตรี สาขาบริหารธุรกิจเอกการตลาด มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่
พ.ศ. 2549	ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
ประสบการณ์การทำงาน	
2561 - ปัจจุบัน	ตำแหน่งนักฝึกอบรมระดับ 4 บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สำนักงานใหญ่ กรุงเทพมหานคร
2555 - 2560	ตำแหน่งหัวหน้าส่วน ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาและการขาย ธนาคาร กลีกรไทย สาขาบางรัก กรุงเทพมหานคร
2554 - 2553	ตำแหน่งเจ้าหน้าที่บัญชีการเงิน บริษัท แว๊ป ซีสเต็ม จำกัด สำนักงานใหญ่ กรุงเทพมหานคร