

การแบ่งปันความรู้และบรรยากาศองค์การ ที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อ ความสามารถด้านนวัตกรรม: กรณีศึกษา บริษัทในอุตสาหกรรมอาหารที่จดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Knowledge Sharing and Creative Organizational
Climate Affecting Innovation Capability : A Case
Study of Companies in Food Industry Listed on
the Stock Exchange of Thailand

ประศาสน์ นิยม*

Prasat Niyom*

* อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

* Lecturer, Faculty of Management Science, Suan Dusit Rajabhat University

* Email: nprasat99@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาการแบ่งปันความรู้ของพนักงาน 2) เพื่อศึกษาบรรยากาศองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ 3) เพื่อศึกษาความสามารถด้านนวัตกรรมและ 4) เพื่อศึกษาการแบ่งปันความรู้ และบรรยากาศองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรมขององค์การ วิธีดำเนินการวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ประชากรของการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ พนักงานขององค์การในอุตสาหกรรมอาหารที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญของการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้บริหารองค์การที่รับผิดชอบงานเกี่ยวกับนวัตกรรม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์หัลล์มันน์ และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษามีดังนี้ การแบ่งปันความรู้ของพนักงานอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก บรรยากาศองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ความสามารถด้านนวัตกรรมอยู่ในระดับปฏิบัติเกือบทุกครั้ง โดยการแบ่งปันความรู้และบรรยากาศองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ส่งผลในทางบวกต่อความสามารถด้านนวัตกรรม ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ พบว่า พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ การสนับสนุนขององค์การ และความอิสระส่งผลในทางบวกต่อความสามารถด้านนวัตกรรม

คำสำคัญ : การแบ่งปันความรู้ บรรยากาศองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถด้านนวัตกรรม

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the knowledge sharing of employees, 2) to study the creative organizational climate, 3) to study the innovation capability, and 4) to study knowledge sharing and creative organizational climate affecting innovation capability. The research procedure involved the integration of qualitative and quantitative approaches. The population of quantitative research was the employees of organizations in Food Industry listed on the Stock Exchange of Thailand (SET). The key informants of qualitative research were the managers who involve with innovation of organization. The quantitative research data were analyzed, using correlation and multiple regressions analysis. The qualitative research data were analyzed, using content analysis.

The results of this study showed that; the knowledge sharing of employee was at high level, the creative organizational climate was at high level, and the innovation capability was at almost always in performing level. The knowledge sharing and creative organizational climate had positive affecting innovation capability. The results of multiple regressions analysis revealed the knowledge sharing behavior, the organizational encouragement, and the freedom had positive affecting innovation capability.

Keywords: Knowledge Sharing, Creative Organizational Climate, Innovation Capability

บทนำ

ความต้องการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลายทำให้สินค้าและบริการต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจเกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรง การพัฒนานวัตกรรม (Innovation) จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่องค์กรต้องพัฒนาและรักษาไว้ซึ่งความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก ในขณะเดียวกันความสามารถใช้ความรู้ที่มีอยู่ภายในองค์กรได้อย่างเหมาะสมก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ก่อให้เกิดความสำเร็จขององค์กร แนวความคิดด้านมุมมองบนพื้นฐานความรู้ (Knowledge-Based View) แนะนำว่าองค์กรที่เป็นเจ้าของความรู้ที่ดีกว่าคู่แข่งย่อมมีโอกาสมากกว่าที่จะประสบความสำเร็จในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Chilton & Bloodgood, 2010)

งานวิจัยจำนวนมากพบว่า การแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing) ช่วยพัฒนานวัตกรรมในองค์กรได้ (Kumar & Rose, 2012) ซึ่งการแบ่งปันความรู้เป็นการแพร่กระจายหรือการแลกเปลี่ยนทั้งความรู้ที่ฝังลึกในตัวคน (Tacit Knowledge) และความรู้ที่เปิดเผยชัดเจน (Explicit Knowledge) ในระหว่างพนักงาน (Behnke, 2010) ซึ่งการแบ่งปันความรู้ทำให้ความรู้อัปเดต และประสบการณ์ของผู้ให้ความรู้เกิดการถ่ายทอดให้แก่ผู้สนใจ อันจะทำให้ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ของผู้รับความรู้ได้รับการพัฒนาขึ้น ความสามารถในการแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อน การทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มดีขึ้น ลดความสูญเสียของทรัพยากร ลดการลองผิดลองถูกลง ทำให้ความสามารถของพนักงานและความสามารถขององค์กรดีขึ้นตามไปด้วย (Rahab, Sulistyandari, & Sudjono, 2011)

ในขณะที่บรรยากาศขององค์กรเป็นกลุ่มของคุณลักษณะของสภาพแวดล้อมในการทำงานที่พนักงานในที่ทำงานสามารถรับรู้ได้ และมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการทำงาน องค์กรควรช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดบรรยากาศขององค์กรเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมในที่ทำงานที่เหมาะสมเพื่อสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานอันจะนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมเพิ่มขึ้น บรรยากาศขององค์กรจึงมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานและนวัตกรรมเกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี (Moghimani & Subramaniam, 2013) ซึ่งลักษณะของบรรยากาศขององค์กรที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ เช่น ความมีอิสระ งานที่ท้าทาย การสนับสนุนของหัวหน้างาน การสนับสนุนการทำงานเป็นกลุ่ม องค์กรให้การสนับสนุน การมีทรัพยากรที่เพียงพอ เป็นต้น (Chilla Jr., 2011)

อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยมีบทบาทสำคัญมากในตลาดโลกจากรายงานสถิติการค้าระหว่างประเทศขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) ค.ศ. 2012 รายงานว่าในปีพ.ศ. 2554 ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกอาหารลำดับที่ 9 ของโลก มีส่วนแบ่งการตลาดโลกในด้านการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 2.3 มูลค่าประมาณ 31.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ในขณะที่ รายงานผลการศึกษาศักยภาพด้านนวัตกรรมของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2550 ซึ่งจัดทำโดยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติร่วมกับบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี พบว่าประเทศไทยมีขีดความสามารถด้านนวัตกรรมอยู่ในระดับปานกลาง ได้คะแนน 2.3 จาก 4 คะแนน ส่วนอุตสาหกรรมอาหารมีคะแนน 2.0 อยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าบริษัทในอุตสาหกรรมอาหารมีการพัฒนานวัตกรรมยังไม่สูงมาก การพัฒนานวัตกรรมในองค์กรเป็นสิ่งจำเป็นมาก แต่ยังพบว่าบริษัทในอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยส่วนใหญ่ยังไม่สามารถพัฒนานวัตกรรมได้อย่างที่ตั้งเป้าหมายไว้ การแบ่งปันความรู้

และบรรยากาศองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมในองค์การได้ จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่าการแบ่งปันความรู้ และบรรยากาศองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ส่งผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรมในองค์การ เพื่อที่จะทำให้องค์การในอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยสามารถจัดการการแบ่งปันความรู้ และส่งเสริมบรรยากาศองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ให้แก่พนักงานในองค์การได้อย่างเหมาะสม อันจะส่งผลให้ความสามารถในการสร้างนวัตกรรมขององค์การดีขึ้น ในการศึกษารั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะบริษัทในหมวดอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเป็นตัวแทนของบริษัทในอุตสาหกรรมอาหาร เนื่องจากเป็นบริษัทขนาดใหญ่จึงมีทรัพยากร เช่น ความรู้ เงิน บุคลากร และเครื่องมือเพียงพอในการพัฒนานวัตกรรมได้อย่างต่อเนื่อง การศึกษาเชิงประจักษ์ครั้งนี้เป็นสิ่งที่จำเป็นเนื่องจากการศึกษาในอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อประเทศไทยเป็นอย่างสูงมาก รวมทั้งยังมีความเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมในอุตสาหกรรมอาหารค่อนข้างน้อยมาก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการแบ่งปันความรู้ของพนักงานขององค์การในอุตสาหกรรมอาหารที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาบรรยากาศองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การในอุตสาหกรรมอาหารที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาความสามารถด้านนวัตกรรมขององค์การในอุตสาหกรรมอาหารที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
4. เพื่อศึกษาการแบ่งปันความรู้ และบรรยากาศองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรมขององค์การในอุตสาหกรรมอาหารที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดความสามารถด้านนวัตกรรม

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้อย่างหลากหลาย Gressgard (2011) ให้ความหมายนวัตกรรมว่า “กระบวนการของการสร้างสรรค์ การปรับปรุงความคิด การพัฒนา และการนำไปปฏิบัติในองค์การ” ในขณะเดียวกัน Inauen and Schenker-Wicki (2011) กล่าวว่า “นวัตกรรมเป็นการสร้าง การเปลี่ยนแปลง ผลผลิต บริการ กระบวนการผลิตใหม่เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจ” ทั้งนี้ผู้วิจัยสรุปได้ว่า “นวัตกรรมเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงความคิดเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการผลิตใหม่ เพื่อให้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจ”

ในขณะที่ความสามารถด้านนวัตกรรม Maria, Celina, and José (2013) ได้ให้ความหมายว่า “ศักยภาพขององค์การที่จะยอมรับหรือนำไปปฏิบัติด้านการบริหารและด้านเทคนิคด้านนวัตกรรมเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง” ในขณะที่ Kumar and Rose (2012) อธิบายว่า

ความสามารถด้านนวัตกรรมเกี่ยวข้องกับการที่องค์กรส่งเสริมและกระตุ้นให้พนักงานสร้างสรรค์ความคิดใหม่และใช้ประโยชน์ได้จำนวนมาก โดยให้พนักงานใช้เวลาส่วนใหญ่เพื่อค้นหาความคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์และถือว่าเป็นกิจกรรมที่สำคัญขององค์กร

2.แนวคิดการแบ่งปันความรู้

Nonaka and Konno (1998) กล่าวว่า การแบ่งปันความรู้ขององค์กร หมายถึง การที่พนักงานสามารถประยุกต์และพัฒนาความรู้ทั้งความรู้ที่อยู่ในตัวคนและความรู้ที่ชัดแจ้ง ในขณะที่ Cruz (2011) อธิบายว่า “การแบ่งปันความรู้เป็นกระบวนการของความตั้งใจในการแสวงหาประโยชน์จากความรู้ที่มีอยู่ และเป็นกระบวนการสำคัญของการจัดการความรู้” ส่วน Wu, Lee, and Tsai (2012) กล่าวว่า “การแบ่งปันความรู้เป็นกระบวนการของการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างความรู้ที่ฝังลึกในตัวคนและความรู้ที่เปิดเผยชัดแจ้ง” สรุปได้ว่าการแบ่งปันความรู้ เกี่ยวข้องกับกระบวนการของความตั้งใจในการมีปฏิสัมพันธ์กันเพื่อแลกเปลี่ยน หรือแพร่กระจายของความรู้ที่ชัดแจ้ง และความรู้ที่อยู่ในตัวคนทักษะ หรือประสบการณ์ระหว่างบุคคล

โดยที่ Reyachav and Weisberg (2010) ได้แบ่งการแบ่งปันความรู้ออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) เจตคติต่อการแบ่งปันความรู้ 2) ความตั้งใจต่อการแบ่งปันความรู้ และ 3) พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ ทั้งนี้ผลการศึกษาของนักวิจัยหลายท่านเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้และนวัตกรรมแสดงให้เห็นว่าการแบ่งปันความรู้ภายในองค์กรส่งผลให้ความสามารถด้านนวัตกรรมในองค์กรเพิ่มขึ้น เช่น งานวิจัยของ Sáenz, Aramburu and Rivera (2009) และ Sáenz, Aramburu and Blanco (2012) ที่พบว่า การแบ่งปันความรู้ซึ่งประกอบด้วย การสื่อสารแบบเผชิญหน้าระหว่างบุคคลและการแบ่งปันความรู้ที่แฝงอยู่ในกระบวนการทำงานส่งผลในทางบวกต่อความสามารถด้านนวัตกรรม

3.แนวคิดบรรยากาศองค์กรที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์

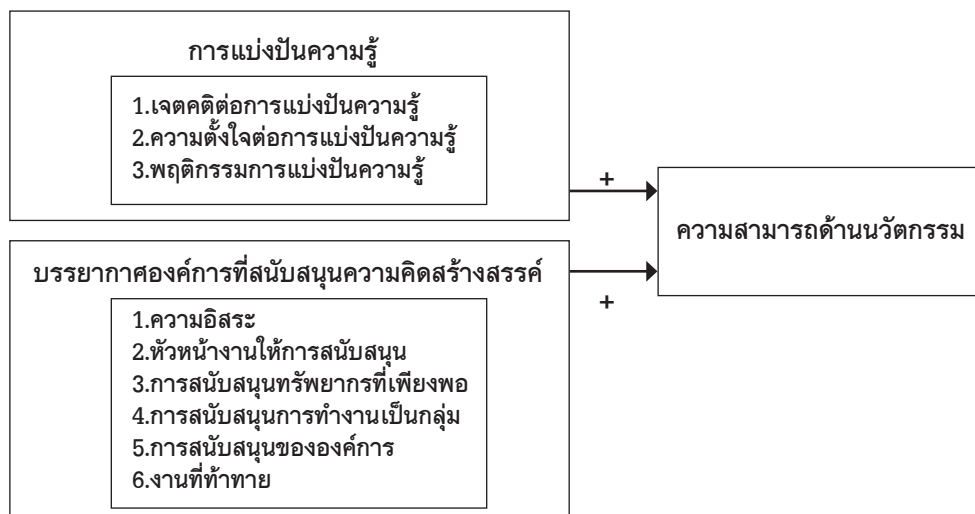
Amabile (1997) ได้ให้ความหมายของความคิดสร้างสรรค์ว่าเป็นการสร้างความคิดใหม่ซึ่งนำไปสู่การสร้างนวัตกรรม หรือการเปลี่ยนความคิดเพื่อใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ในขณะที่ Chila Jr. (2011) ได้อธิบายว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง “การสร้างความคิดใหม่ ซึ่งนำไปสู่นวัตกรรม หรือการเปลี่ยนสภาพของความคิดใหม่เพื่อใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่” ในขณะที่ Moghimi and Subramaniam (2013) ให้ความหมายบรรยากาศองค์กรว่า “กลุ่มของคุณลักษณะของสภาพแวดล้อมในการทำงานที่สามารถวัดได้ ซึ่งพนักงานในที่ทำงานสามารถรับรู้ได้ทั้งทางตรงหรือทางอ้อม และมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจหรือพฤติกรรมการทำงาน” ทั้งนี้ผู้วิจัยสรุปความหมายของบรรยากาศองค์กรที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง “กลุ่มของคุณลักษณะของสภาพแวดล้อมในการทำงานที่สามารถวัดได้ ซึ่งพนักงานในที่ทำงานสามารถรับรู้ได้ทั้งทางตรงหรือทางอ้อม และมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจหรือพฤติกรรมการทำงานเพื่อสร้างหรือเปลี่ยนสภาพความคิดใหม่เพื่อใช้ในการสร้างนวัตกรรม”

คุณลักษณะของบรรยากาศองค์กรที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ประกอบด้วย 6 ลักษณะ ได้แก่ 1) ความอิสระ (Freedom) เกี่ยวข้องกับการที่พนักงานสามารถตัดสินใจในการกระทำหรือเลือกวิธีปฏิบัติงานได้ และสามารถควบคุมการทำงานได้อย่างมีเหมาะสม 2) หัวหน้านำงานให้การสนับสนุน (Supervisory Encouragement) เกี่ยวข้องกับหัวหน้างานสนับสนุนรูปแบบการทำงานที่ดี กำหนดเป้าหมายการทำงานที่เหมาะสม การสร้างคุณค่าและสร้างความมั่นใจให้พนักงานในที่ทำงาน 3) การสนับสนุนทรัพยากรที่เพียงพอ (Sufficient Resources) เกี่ยวข้องกับการที่พนักงาน

สามารถเข้าถึงทรัพยากรขององค์การได้อย่างเหมาะสม เช่น งบประมาณ อุปกรณ์ สารสนเทศ 4) การสนับสนุนการทำงานเป็นกลุ่ม (Work-Group supports) เกี่ยวข้องกับการเป็นส่วนหนึ่งของทีมงานที่มีทักษะในการทำงานที่มีความหลากหลาย มีการสื่อสารภายในกลุ่มเป็นอย่างดีมีความเชื่อใจกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน 5) การสนับสนุนขององค์การ (Organizational Encouragement) เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์การในการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรม หรือการสร้างการตัดสินใจการประกวดการใช้ความคิด เช่น การจัดให้มีรางวัลหรือการให้ยอมรับสำหรับการทำงานที่สร้างสรรค์ มีกลไกในการพัฒนาความคิดใหม่ มีการสนับสนุนการเผยแพร่ความคิดใหม่ มีการสื่อสารวิสัยทัศน์องค์การให้เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย และ 6) งานที่ท้าทาย (Challenging Work) เกี่ยวกับการใช้สติปัญญาในการทำงานที่สำคัญ และเป็นโครงการที่เร่งด่วนขององค์การ (Clila Jr., 2011; Moghimi & Subramaniam, 2013)

การศึกษาของ Clila Jr. (2011) แสดงให้เห็นว่าบรรยากาศองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ช่วยสนับสนุนให้ความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับการสร้างนวัตกรรม (Moghimi & Subramaniam, 2013) ผ่านการแลกเปลี่ยนทางสังคมของพนักงานในองค์การและสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้มากขึ้น สิ่งเหล่านี้ย่อมทำให้เกิดทักษะ สมรรถนะและความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานสูงขึ้น ผลการดำเนินงานด้านนวัตกรรมก็ดีขึ้น และผลการดำเนินงานขององค์การโดยรวมย่อมดีขึ้นตามไปด้วย (Samad, 2013)

ผลจากการทบทวนวรรณกรรมสามารถพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยการแบ่งปันความรู้ และบรรยากาศองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ส่งผลในทางบวกต่อความสามารถด้านนวัตกรรม ด้านนวัตกรรม แสดงได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ทั้งระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ และระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ มีรายละเอียดดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

1.1 ประชากรและตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ พนักงานของบริษัทในอุตสาหกรรมอาหารที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 26 องค์การ มีจำนวนพนักงานทั้งหมด 89,826 คน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2556) คำนวณหาขนาดตัวอย่างในกรณีทราบขนาดประชากรใช้สูตรคำนวณของ Krejcie and Morgan (1970) กำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 (ค่าคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 6) ประชากรเท่ากับ 89,826 คน ขนาดตัวอย่างจะได้เท่ากับ 267 คนผู้วิจัยได้ทำการจัดเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามในช่วงเดือนสิงหาคม- ธันวาคม พ.ศ. 2557 โดยส่งจดหมายไปถึงผู้บริหารระดับสูงของบริษัทในอุตสาหกรรมอาหารที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีบริษัทที่อนุญาตให้เก็บข้อมูล โดยผู้บริหารให้พนักงานของบริษัทเป็นผู้จัดเก็บให้ จำนวน 5 บริษัท ได้แก่ 1) บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) 2) บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) 3) บริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน) 4) บริษัท ไทยเพรซิเดนท์ฟูดส์ จำกัด (มหาชน) และ 5) บริษัท ไทยยูเนี่ยน โฟรเซ่น โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ผลการจัดเก็บแบบสอบถามได้รับแบบสอบถามกลับคืนจำนวน 272 ฉบับ

1.2 เครื่องมือวิจัยและตรวจสอบคุณภาพมาตรวัด ผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่านเป็นผู้ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Item - Objective Congruence : IOC.) ตามวิธีการของ Rovinelli and Hambleton (1976) พบว่าข้อคำถามทั้งหมดมีค่าอยู่ระหว่าง 0.6-1.0 ซึ่งมากกว่า 0.5 แสดงว่าแบบสอบถามมีความตรงเชิงเนื้อหา จากนั้นนำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้กับองค์การที่ไม่ใช่ตัวอย่าง เพื่อวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค พบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่าดังนี้ 1) ความสามารถด้านนวัตกรรมเท่ากับ 0.839 2) การแบ่งปันความรู้ เท่ากับ 0.981 และ 3) บรรยากาศองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ เท่ากับ 0.943 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ 0.7 ที่กำหนดไว้ แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูงสามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลได้ ทั้งนี้ข้อมูลเชิงปริมาณทำการวิเคราะห์โดยการคำนวณความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยกำหนดให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ต้องเป็นผู้บริหารขององค์การที่รับผิดชอบงานเกี่ยวกับงานด้านนวัตกรรมหรืองานด้านบุคลากรในองค์การที่เข้าร่วมโครงการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้รับอนุญาตให้สัมภาษณ์ผู้บริหารจำนวน 3 ท่าน ดำรงตำแหน่งดังนี้ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการสำนักนวัตกรรม ผู้อำนวยการสำนักวิจัยและพัฒนา และผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ รูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยกำหนดโครงสร้างของข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดเป็นเครื่องมือการสัมภาษณ์ ทั้งนี้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อตรวจสอบ ยืนยัน และขยายความผลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 272 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 มีอายุระหว่าง 25-30 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6 มีอายุน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 61.4 มีตำแหน่งเป็นผู้บริหาร จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 59.9 ทำงานหน่วยงานบุคคลและธุรการ หรือบัญชี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 19.1 และทำงานหน่วยผลิต จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0

1. การแบ่งปันความรู้

ผลการวิจัยพบว่า การแบ่งปันความรู้มีคะแนนเฉลี่ย 4.04 คะแนน จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน มีความคิดเห็นด้วยในระดับมาก โดยการแบ่งปันความรู้ประกอบด้วย 3 ด้าน ซึ่งเจตคติในการแบ่งปันความรู้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ลำดับถัดไปคือ ความตั้งใจในการแบ่งปันความรู้ ส่วนพฤติกรรม การแบ่งปันความรู้เป็นลำดับสุดท้าย แสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสถิติการแบ่งปันความรู้

ตัวแปร	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
การแบ่งปันความรู้ของพนักงาน	2.0	5.0	4.04	0.59	มาก
1.เจตคติในการแบ่งปันความรู้	2.0	5.0	4.31	0.67	มากที่สุด
2.ความตั้งใจในการแบ่งปันความรู้	1.8	5.0	4.15	0.74	มาก
3.พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้	2.0	5.0	3.87	0.63	มาก

1.1 พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ ผลการศึกษาเชิงปริมาณแสดงให้เห็นว่า โดยทั่วไป พนักงานจะทำงานร่วมกันเป็นทีม การได้ช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานหรือต่างทีม ย่อมทำให้ประสิทธิผลของงานทั้งระดับบุคคลและหน่วยงานดีขึ้น ในขณะที่ด้วยกันองค์กรก็ส่งเสริมให้พนักงานได้มีโอกาสในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการทำงานกัน ผ่านการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น การดูงาน การประกวดผลงาน การนำเสนอผลงาน ทำให้พนักงานในองค์กรได้รู้จักกัน อันจะทำให้สามารถติดต่อสอบถาม การแก้ไขปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตได้สะดวกขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่า องค์กรสนับสนุนให้พนักงานที่มีความรู้ ทักษะ มานำเสนอ เผยแพร่ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่ดีทั้งภายในหน่วยงานและข้ามหน่วยงาน จัดทำรายชื่อผู้เชี่ยวชาญ ฐานข้อมูลความรู้ขององค์กร ฐานข้อมูลนวัตกรรมเพื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่ความรู้ขององค์กร อันจะทำให้พนักงานสามารถค้นคว้า พัฒนา ต่อยอดความคิดได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kamasak and Bulutlar (2010) ที่พบว่า พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรม เนื่องจาก การแบ่งปันความรู้ด้วยการให้คำปรึกษาและช่วยเหลือแก้ไขปัญหาในการทำงาน ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ทั้งของตนเองและเพื่อนร่วมงานได้เป็นอย่างดี

1.2 เจตคติในการแบ่งปันความรู้ และความตั้งใจในการแบ่งปันความรู้ ผลการวิเคราะห์ สผลการถดถอยเชิงพหุพบว่า เจตคติในการแบ่งปันความรู้ และความตั้งใจในการแบ่งปันความรู้ไม่ส่งผลกระทบต่อความสามารถด้านนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ (ตารางที่ 5) จากการที่พนักงานส่วนใหญ่มีความเชื่อว่าการแบ่งปันความรู้เป็นสิ่งที่มีประโยชน์ แต่เนื่องจากเจตคติเป็นเรื่องเกี่ยวกับความเชื่อ

ที่เป็นนามธรรม รวมทั้งการที่พนักงานส่วนใหญ่มีความตั้งใจในการแบ่งปันประสบการณ์ วิธีการทำงานที่ดี วิธีการทำงานที่ผิดพลาดเพื่อเป็นบทเรียนการเรียนรู้ แต่เนื่องจากความตั้งใจเป็นความคิดที่จะกระทำในอนาคต จึงทำให้ทั้งเจตคติในการแบ่งปันความรู้ และความตั้งใจในการแบ่งปันความรู้ ส่งผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรมค่อนข้างจำกัดมาก อย่างไรก็ตามหากพนักงานมีความเชื่อและมีความตั้งใจในการแบ่งปันความรู้มากก็มีแนวโน้มจะปฏิบัติตามมากด้วย พิจารณาได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างเจตคติในการแบ่งปันความรู้และพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ ($r=0.567$) และความตั้งใจในการแบ่งปันความรู้และพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ ($r=0.651$) ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างน้อยมีนัยสำคัญในทางบวกสูง แสดงว่าเมื่อพนักงานมีเจตคติและความตั้งใจในการแบ่งปันความรู้สูง พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ก็จะสูงด้วย และเมื่อพนักงานมีพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้มาก ความสามารถด้านนวัตกรรมก็จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ผลการวิจัยสอดคล้องกับการศึกษาของ Reychar and Weisberg (2010) ที่พบว่าความตั้งใจในการแบ่งปันความรู้เป็นเหตุทำให้เกิดพนักงานมีพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้มากขึ้น

2. บรรยายาคอองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์

ผลการวิจัยพบว่า บรรยายาคอองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ มีคะแนนเฉลี่ย 3.79 คะแนน จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน มีความคิดเห็นด้วยในระดับมาก โดยบรรยายาคอองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 6 ด้าน ซึ่งการสนับสนุนการทำงานเป็นกลุ่มมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ลำดับถัดไปคือ งานที่ทำหาย ส่วนการสนับสนุนทรัพยากรที่เพียงพอเป็นลำดับสุดท้าย แสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าสถิติบรรยายาคอองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์

ตัวแปร	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
บรรยายาคอองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์	1.3	5.0	3.79	0.66	มาก
1.การสนับสนุนการทำงานเป็นกลุ่ม	1.2	5.0	4.03	0.75	มาก
2.งานที่ทำหาย	1.5	5.0	3.97	0.77	มาก
3.หัวหน้างานให้การสนับสนุน	1.4	5.0	3.84	0.80	มาก
4.การสนับสนุนขององค์การ	1.0	5.0	3.71	0.79	มาก
5.ความอิสระ	1.0	5.0	3.62	0.72	มาก
6.การสนับสนุนทรัพยากรที่เพียงพอ	1.0	5.0	3.57	0.89	มาก

2.1 การสนับสนุนขององค์การ ผลการศึกษาเชิงปริมาณแสดงให้เห็นว่า ผู้บริหารระดับสูงขององค์การให้การสนับสนุนพนักงานในการสร้างและใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อแก้ไขปัญหาการทำงาน มีความคาดหวังว่าพนักงานจะทำงานได้อย่างสร้างสรรค์ องค์การมีกลไกที่ดีในการสนับสนุนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ จัดให้มีกิจกรรมการประกวดและมอบรางวัลสำหรับการทำงานที่สร้างสรรค์ ทั้งนี้เนื่องจากการเป็นองค์การขนาดใหญ่ที่มีการผลิตเพื่อจำหน่ายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ องค์การจึงอยู่ในตลาดที่มีการแข่งขันสูง องค์การมีความจำเป็นต้องพัฒนาการดำเนินงานให้สูงขึ้นตลอดเวลา การสนับสนุนให้พนักงานใช้ความคิดสร้างสรรค์ใน

การทำงานจึงเป็นวิธีการหนึ่งในการช่วยพัฒนาผลการดำเนินงานด้านนวัตกรรมขององค์การได้สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่า ผู้บริหารองค์การระดับสูงสนับสนุน สื่อสาร และเปิดโอกาสให้บุคลากรทุกระดับเข้าใจ มีส่วนร่วมในการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อแก้ปัญหาหรือพัฒนาการทำงานให้ดีขึ้น มีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับนวัตกรรมอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรบรรจุอยู่ในวิสัยทัศน์ พันธกิจ หรือค่านิยมองค์การ รวมทั้งยอมรับผลลัพธ์ของงานที่พนักงานมีความตั้งใจในการพัฒนางานการทำงานอย่างเต็มที่ แม้ผลงานไม่ตรงตามเป้าหมาย ผลการวิจัยนี้ความสอดคล้องกับแนวคิดความคิดสร้างสรรค์ขององค์การและนวัตกรรมของ Amabile (1997) รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chila Jr. (2011) ที่พบว่า องค์การที่ให้การสนับสนุนพนักงานในการใช้ความคิดอย่างสร้างสรรค์อย่างเต็มที่จะทำให้ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานและนวัตกรรมขององค์การสูงกว่าองค์การที่ไม่สนับสนุนให้พนักงานใช้ความคิดสร้างสรรค์

2.2 ความอิสระ ผลการศึกษาเชิงปริมาณแสดงให้เห็นได้ว่า พนักงานมีอิสระในการตัดสินใจว่าจะเลือกทำโครงการใดๆ มีอิสระในการตัดสินใจในวิธีการทำงานของโครงการ สามารถควบคุมการทำงานและความคิดได้ในทุกวันทำงาน ทั้งนี้เนื่องจาก องค์การเปิดโอกาสให้พนักงานได้ตัดสินใจเลือกทำกิจกรรมหรือโครงการเพื่อแก้ไขปัญหาในการทำงานของตนเอง ซึ่งพนักงานเป็นผู้เผชิญปัญหาจากการทำงานดังกล่าวโดยตรง พนักงานจึงเป็นผู้รู้เรื่องดังกล่าวดีที่สุดเพราะเป็นประสบการณ์จริง พนักงานจึงสามารถออกแบบกระบวนการแก้ไขปัญหาได้อย่างอิสระ สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่า องค์การเปิดโอกาสให้พนักงานทุกระดับได้มีส่วนร่วมและมีอิสระในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการคิดโครงการเพื่อแก้ไขปัญหาในการทำงาน อันจะทำให้พนักงานมีความมั่นใจในการทำงานและกล้าเสนอความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาการทำงานให้มากขึ้น อย่างไรก็ตามบางกิจกรรมหรือโครงการอาจมีความเกี่ยวข้องกับหน่วยงานอื่น การตัดสินใจทำโครงการบางโครงการต้องมีการประชุมปรึกษาหารือกับหัวหน้างาน ผู้บริหาร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น และที่ประชุมต้องตัดสินใจร่วมกันว่าโครงการนี้คุ้มค่าและเหมาะสมต่อการดำเนินการจริง ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของ Amabile (1997) รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tubbs and Jabllokow (2009) ที่พบว่า การที่พนักงานมีความยืดหยุ่นสามารถปรับปรุงการทำงานได้ด้วยตนเอง ผู้บริหารคงเพียงแต่กำหนดเป้าหมายในการทำงานเท่านั้น หลีกเลี่ยงการสั่งการในทุกกระบวนการทำงาน จะทำให้พนักงานได้รับการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และสร้างนวัตกรรมมากขึ้น

2.3 หัวหน้างานให้การสนับสนุน แม้ว่าผลการวิเคราะห์สหการถดถอยเชิงพหุพบว่า หัวหน้างานให้การสนับสนุนไม่ส่งผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ (ตารางที่ 5) แต่ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พบความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างานให้การสนับสนุนและความสามารถด้านนวัตกรรม ($r = 0.515$) ทั้งนี้จากนโยบายขององค์การที่มีการสื่อสารอย่างชัดเจนที่ต้องการพัฒนานวัตกรรม หัวหน้างานจึงต้องบริหารงานที่สอดคล้องกับนโยบายองค์การในการให้การสนับสนุนพนักงานให้สามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานมากขึ้น มีการสื่อสารและช่วยเหลือพนักงานที่อยู่ในความดูแลให้ทำงานสะดวกขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่า หัวหน้างานมีบทบาทสำคัญในการช่วยเหลือพนักงานในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน การรับฟังความคิดของพนักงาน และให้ข้อเสนอแนะ การจัดลำดับความสำคัญในการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาการทำงานให้รวดเร็วและถูกต้องมากขึ้น ผลการวิจัยสอดคล้องกับ Moghimi and Subramaniam (2013) ที่พบว่า หัวหน้างานให้การสนับสนุนมีส่วนช่วยทำให้พนักงานมีพฤติกรรมการทำงานที่สร้างสรรค์และสร้างนวัตกรรมเพิ่มขึ้น

2.4 การสนับสนุนทรัพยากรที่เพียงพอ แม้ว่าผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุพบว่า การสนับสนุนทรัพยากรที่เพียงพอไม่ส่งผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ แต่ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พบความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนทรัพยากรที่เพียงพอและความสามารถด้านนวัตกรรม ($r = 0.473$) เมื่อองค์การต้องการให้พนักงานจัดทำโครงการหรือกิจกรรมเพื่อพัฒนาการทำงานอย่างสร้างสรรค์ องค์การจึงจำเป็นต้องให้การสนับสนุนทรัพยากรทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินให้เพียงพอและเหมาะสมกับความจำเป็นในการทำงาน สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่า องค์การจัดสรรทรัพยากรทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน เช่น ความรู้ ฐานความรู้ เครือข่ายผู้มีประสบการณ์ในแต่ละด้านขององค์การ การจัดการฝึกอบรมกระบวนการคิดในการแก้ปัญหาในการทำงาน ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tubbs and Jablolkow (2009) ที่พบว่า การที่องค์การสนับสนุนทรัพยากรทั้งเงินและเวลาให้พนักงานในการทำงานอย่างเพียงพอทำให้พนักงานมีความสะดวกในการทำงานมากยิ่งขึ้น พฤติกรรมของพนักงานในการใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมก็จะสูงขึ้น

2.5 งานที่ทำทนาย แม้ว่าผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุพบว่า งานที่ทำทนายไม่ส่งผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ แต่ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พบความสัมพันธ์ระหว่างงานที่ทำทนายและความสามารถด้านนวัตกรรม ($r = 0.511$) จากการที่ผู้บริหารระดับสูงมีนโยบายและสื่อสารกับพนักงานทั่วทั้งองค์การว่าการพัฒนาการทำงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอเป็นสิ่งจำเป็นที่องค์การต้องการจากพนักงาน ทำให้พนักงานต้องใช้ความรู้ ความคิด และความสามารถในการค้นหาสาเหตุของปัญหาในการทำงาน เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวอันจะทำให้กระบวนการทำงานดีขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่า องค์การเปิดโอกาสให้พนักงานทุกระดับได้มีส่วนร่วมและมีอิสระในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการคิดโครงการหรือกิจกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาในการทำงาน อันจะทำให้พนักงานมีความมั่นใจในการทำงานและกล้าเสนอความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาการทำงานให้มากขึ้น ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tubbs and Jablolkow (2009) ที่พบว่า วิธีการที่ดีวิธีการหนึ่งสำหรับการกระตุ้นให้พนักงานใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานคือการให้งานเหมาะสมกับความสามารถของพนักงาน อันจะก่อให้เกิดแรงกระตุ้นภายในตัวเองในการให้ความสำคัญในงานเพิ่มขึ้น

2.6 การสนับสนุนการทำงานเป็นกลุ่ม แม้ว่าผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุพบว่า การสนับสนุนการทำงานเป็นกลุ่มไม่ส่งผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ แต่ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พบความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนการทำงานเป็นกลุ่มและความสามารถด้านนวัตกรรม ($r = 0.451$) เนื่องจากลักษณะการรวมกลุ่มการทำงานของพนักงานที่มีความรู้และประสบการณ์คล้ายคลึงกัน จึงมีมุมมองในการแก้ไขปัญหาที่คล้ายกัน การสร้างสรรค์ความคิดใหม่และการสร้างนวัตกรรมจึงส่งผลที่ไม่ชัดเจน แต่หากองค์การสนับสนุนให้พนักงานที่มีความรู้และประสบการณ์ที่มาจากต่างหน่วยงานกัน ความคิดเห็นที่มาจากมุมมองที่ต่างกันย่อมทำให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงานได้ดีกว่า ในส่วนของผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า องค์การส่งเสริมให้พนักงานทำงานเป็นกลุ่มในลักษณะที่งานข้ามสายงาน เพราะการทำงานจริง พนักงานที่มาจากต่างหน่วยงานจะมีมุมมองในการแก้ไขปัญหาที่ต่างกัน ทำให้มีความคิดเห็นที่หลากหลายซึ่งช่วยพัฒนาการทำงานให้ดียิ่งขึ้น รวมทั้ง Amabile (1997) ที่อธิบายว่าการสนับสนุนให้พนักงานที่มีทักษะที่หลากหลายได้ทำงานร่วมกันเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในการทำงานมากขึ้น

3. ความสามารถด้านนวัตกรรม

ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถด้านนวัตกรรมมีคะแนนเฉลี่ย 3.56 คะแนน จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน อยู่ในระดับปฏิบัติเกือบทุกครั้ง แสดงได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าสถิติความสามารถด้านนวัตกรรม

ตัวแปร	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ความสามารถด้านนวัตกรรม	1.0	5.0	3.56	0.81	ปฏิบัติเกือบทุกครั้ง

จากการวิจัยเชิงสำรวจ พบว่า พนักงานในองค์กรในอุตสาหกรรมอาหารที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีระดับการปฏิบัติเกือบทุกครั้ง อธิบายได้ว่า การที่พนักงานมีความตระหนักว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งจำเป็นและมีประโยชน์ต่อทั้งตนเองและองค์กร พนักงานย่อมให้การสนับสนุนและทุ่มเทเวลาในการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาการทำงานให้ดียิ่งขึ้น สิ่งเหล่านี้มีส่วนทำให้ความสามารถด้านนวัตกรรมของตนเองสูงขึ้น ในขณะเดียวกัน การที่บุคลากรขององค์กรมีความสามารถสูงขึ้น จึงมีผลทำให้ความสามารถขององค์กรสูงขึ้นตามไปด้วย สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่า เมื่อพนักงานมีความเข้าใจและมีการพัฒนาการทำงานอย่างต่อเนื่อง พนักงานก็มีความมั่นใจมากขึ้น พนักงานก็จะปรับปรุงการทำงานให้ดียิ่งขึ้น อันจะส่งทำให้ความสามารถในการสร้างนวัตกรรมสูงขึ้น

ทั้งนี้ในส่วนของบริษัท นวัตกรรมเกี่ยวข้องกับแนวคิดใหม่เพื่อการพัฒนา ปรับปรุง หรือ สร้างขึ้นใหม่เกี่ยวกับการผลิตสินค้า บริการ กระบวนการทำงาน การตลาด และรูปแบบธุรกิจ อันก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร โดยนวัตกรรมของแต่ละบริษัทจะมีความโดดเด่นแตกต่างกันตามความถนัด ประสบการณ์ ความรู้ ความเชี่ยวชาญขององค์กรและพนักงานที่มีอยู่เดิม รวมทั้งการรับรู้และมีส่วนร่วมของพนักงานในแต่ละฝ่าย หลายบริษัทที่มีทรัพยากรและเครือข่ายก็สามารถพัฒนาการวิจัยและพัฒนาพร้อมกับผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการอาหารจากสถาบันการศึกษามีความร่วมมือกับคู่ค้าในการพัฒนาแนวทางการจัดหาดูดีบอยอย่างยั่งยืน มีการสร้างศูนย์นวัตกรรมวิจัยด้านอาหาร มีการสำรวจและวิจัยทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ในตลาดหลักที่สำคัญของบริษัท เช่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส อิตาลี และไทย รวมทั้งผลิตสินค้าตามมาตรฐานความปลอดภัยทางด้านอาหารพัฒนากระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานทางอาหารทั้งในปัจจุบันและอนาคต ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Amabile (1997) ที่อธิบายว่า การที่ผู้บริหารองค์กรมีแรงจูงใจอย่างมุ่งมั่นในการเป็นองค์กรนวัตกรรม จัดสรรทรัพยากรเพื่อส่งเสริมสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมอย่างพอเพียงและมีการจัดการที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานทุกระดับ สิ่งเหล่านี้ช่วยสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานให้เพิ่มขึ้น และความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานจะกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมอย่างกว้างขวางทั่วทั้งองค์กร

4.การแบ่งปันความรู้ และบรรยากาศองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรม

4.1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างความสามารถด้านนวัตกรรม การแบ่งปันความรู้ และบรรยากาศองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งการแบ่งปันความรู้ประกอบด้วย 1) เจตคติในการแบ่งปันความรู้ 2) ความตั้งใจในการแบ่งปันความรู้ และ 3) พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ และบรรยากาศองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 1) ความอิสระ 2) งานที่ท้าทาย 3) หัวหน้างานให้การสนับสนุน 4) การสนับสนุนการทำงานเป็นกลุ่ม 5) การสนับสนุนขององค์การ และ 6) การสนับสนุนทรัพยากรที่เพียงพอ แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างความสามารถด้านนวัตกรรม การแบ่งปันความรู้ และบรรยากาศองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์

ตัวแปร	ความสามารถด้านนวัตกรรม	P-value
1.เจตคติในการแบ่งปันความรู้	0.316*	0.000
2.ความตั้งใจในการแบ่งปันความรู้	0.326*	0.000
3.พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้	0.483*	0.000
4.ความอิสระ	0.518*	0.000
5.งานที่ท้าทาย	0.511*	0.000
6.หัวหน้างานให้การสนับสนุน	0.515*	0.000
7.การสนับสนุนการทำงานเป็นกลุ่ม	0.451*	0.000
8.การสนับสนุนขององค์การ	0.582*	0.000
9.การสนับสนุนทรัพยากรที่เพียงพอ	0.473*	0.000

หมายเหตุ * หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.316 – 0.582 โดยทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในทางบวก ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยคู่ความสัมพันธ์ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันมากที่สุด คือ การสนับสนุนขององค์การและความสามารถด้านนวัตกรรม ($r = 0.582$) ส่วนคู่ความสัมพันธ์ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันน้อยที่สุด คือ เจตคติในการแบ่งปันความรู้และความสามารถด้านนวัตกรรม ($r = 0.316$)

4.2 การวิเคราะห์สมการถดถอย กำหนดให้ ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ตัวแปรย่อยของบรรยากาศองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ประกอบด้วย 6 ตัวแปร ได้แก่ 1) ความอิสระ 2) งานที่ท้าทาย 3) หัวหน้างานให้การสนับสนุน 4) การสนับสนุนการทำงานเป็นกลุ่ม 5) การสนับสนุนขององค์การ และ 6) การสนับสนุนทรัพยากรที่เพียงพอ ร่วมกับตัวแปรย่อยของการแบ่งปันความรู้ ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) เจตคติในการแบ่งปันความรู้ 2) ความตั้งใจในการแบ่งปันความรู้และ 3) พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความสามารถด้านนวัตกรรม ทั้งนี้การวิเคราะห์สมการถดถอยใช้วิธีการเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยด้วยวิธี Stepwise ได้ผลดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ

ตัวแปร	Standardized Coefficients (Beta)	t	P-value	Collinearity Statistics	
				Tolerance	VIF
การสนับสนุนขององค์กร	0.366*	5.847	0.000	0.569	1.757
ความอิสระ	0.200*	3.172	0.002	0.563	1.778
พฤติกรรมกรรมการแบ่งปันความรู้	0.175*	2.948	0.003	0.632	1.583
$R^2 = 0.401$, adj $R^2 = 0.395$, Durbin-Watson = 2.005, Std. Error of the estimate = 0.629					

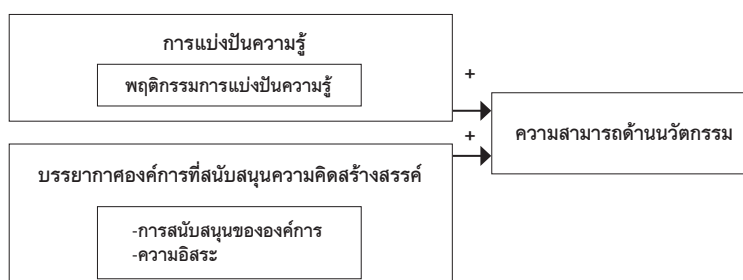
หมายเหตุ * หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ เมื่อกำหนดให้ตัวแปรตาม คือ ความสามารถด้านนวัตกรรม พบว่า สัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับปรุงแล้ว คิดเป็นร้อยละ 39.5 (adj $R^2 = 0.395$) ในขณะที่การตรวจสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์สมการถดถอย โดยพิจารณาจาก ค่าคลาดเคลื่อนต้องเป็นอิสระต่อกัน จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Durbin-Watson เท่ากับ 2.005 ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 1.5-2.5 แสดงว่าค่าคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544) และ ตัวแปรอิสระต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง พิจารณาจากค่า VIF ต้องมีค่าไม่เกิน 10 ซึ่งผลวิเคราะห์ พบว่า VIF มีค่าระหว่าง 1.583-1.778 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง (Oh, 2014)

ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม พบว่า มีตัวแปรอิสระที่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้ 3 ตัวแปร โดยเรียง ลำดับตัวแปรที่ส่งผลต่อตัวแปรตามมากที่สุด ได้แก่ การสนับสนุนขององค์กร (Beta = 0.366) รองลงมา ได้แก่ ความอิสระ (Beta = 0.200) และพฤติกรรมกรรมการแบ่งปันความรู้ (Beta = 0.175) ตามลำดับ โดยตัวแปรอิสระทั้งหมดส่งผลในทางบวกต่อตัวแปรตาม

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาครั้งนี้สามารถสรุปความสัมพันธ์ระหว่างการแบ่งปันความรู้ ซึ่งได้แก่ พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ ในขณะที่บรรยากาศองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ การสนับสนุนขององค์กร และความอิสระ ซึ่งการแบ่งปันความรู้ และบรรยากาศ องค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ ส่งผลในทางบวกต่อความสามารถด้านนวัตกรรม สามารถสรุปเป็นแบบจำลองได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แบบจำลองการแบ่งปันความรู้ และบรรยากาศองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ ที่ส่งผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรม

1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารเพื่อนำไปปฏิบัติ ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาค้นคว้ามาเป็นพื้นฐาน และนำมาสังเคราะห์ตามหลักวิชาการ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้สนใจนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารงานในองค์กรเพื่อการพัฒนานวัตกรรมและบุคลากร มีข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารเพื่อนำไปปฏิบัติดังนี้

1.1 พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ ได้แก่ 1) สนับสนุนให้พนักงานที่มีความรู้และทักษะมานำเสนอ เผยแพร่ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่ดีทั้งภายในหน่วยงานและข้ามหน่วยงาน 2) สนับสนุนให้พนักงานแบ่งปันประสบการณ์ วิธีการทำงานที่ดี วิธีการทำงานที่ผิดพลาดเพื่อเป็นบทเรียนการเรียนรู้ แบ่งปันความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาและการอบรม รวมทั้งคู่มือหรือเอกสารการทำงานให้แก่เพื่อนร่วมงานและ 3) จัดทำรายชื่อผู้เชี่ยวชาญ ฐานข้อมูลความรู้ด้านอาหารขององค์กร ฐานข้อมูลนวัตกรรมเพื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่ความรู้ขององค์กร

1.2 การสนับสนุนขององค์กร ได้แก่ 1) ผู้บริหารองค์กรระดับสูงสนับสนุน สื่อสารและเปิดโอกาสให้บุคลากรทุกระดับเข้าใจ มีส่วนร่วมในการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อแก้ปัญหาหรือพัฒนาการทำงานให้ดีขึ้น 2) กำหนดนโยบายเกี่ยวกับนวัตกรรมอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรบรรจุอยู่ในวิสัยทัศน์ พันธกิจ หรือค่านิยมองค์กร 3) จัดให้มีการประกวดเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์หรือนวัตกรรม และ 4) ยอมรับผลลัพธ์ของงานที่พนักงานมีความตั้งใจในการพัฒนางานการทำงานอย่างเต็มที่แม้ผลงานไม่ตรงตามเป้าหมาย

1.3 ความอิสระ ได้แก่ 1) เปิดโอกาสให้พนักงานทุกระดับได้มีส่วนร่วมและมีอิสระในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการคิดโครงการเพื่อแก้ไขปัญหาในการทำงาน และ 2) สร้างช่องทางในการนำเสนอความคิดได้หลากหลายช่องทาง ทั้งระดับหน่วยงาน ระดับบริษัท และระดับองค์การ อันจะทำให้พนักงานมีความมั่นใจในการทำงานและกล้าเสนอความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาการทำงานให้มากขึ้น

1.4 ความสามารถด้านนวัตกรรม ได้แก่ 1) พัฒนาเครือข่ายการวิจัยและพัฒนาร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการอาหาร 2) พัฒนาความร่วมมือกับคู่ค้าในการพัฒนาแนวทางการจัดหาวัตถุดิบ 3) สำรวจและวิจัยทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ในตลาดหลักที่สำคัญของบริษัท 4) พัฒนาระบบการผลิตสินค้าตามมาตรฐานความปลอดภัยทางด้านอาหารและมาตรฐานทางอาหาร และ 5) พัฒนาศูนย์นวัตกรรมวิจัยด้านอาหาร

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ผลการศึกษาค้นคว้านี้ สามารถนำมาเป็นแนวทางในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาในเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาในองค์กรที่มีผลการปฏิบัติงานในการสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมที่ดีและมีผลงานนวัตกรรมจำนวนมาก เพื่อเรียนรู้ว่าองค์กรมีการสนับสนุนให้พนักงานมีความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างไร องค์กรมีผลงานด้านนวัตกรรมโดดเด่นในเรื่องใดบ้าง มีอุปสรรคและวิธีแก้ไขเพื่อส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมอย่างไร พนักงานมีส่วนร่วมในการสร้างนวัตกรรมอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2544). *การวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวแปรด้วยSPSSfor Windows*.
 กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2556). *รายชื่อบริษัท / หลักทรัพย์จดทะเบียน*. สืบค้น 3 มกราคม 2556,
 จาก :<http://www.set.or.th>.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2550). *รายงานผลการสำรวจขีดความสามารถด้านนวัตกรรมของ
 ประเทศไทย ปี 2550*. กรุงเทพฯ:สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และ
 เทคโนโลยี
- Amabile, T. M. (1997). Motivating creativity in organizations: on doing what you
 love and loving what you do. *California Management Review*, 40(1), 39-58.
- Behnke, T. M. (2010). Knowledge sharing at work: *An examination of organizational
 antecedents*. (Doctor of Business Administration), St. Ambrose University.
- Chilton, M. A. , & Bloodgood, J. M. (2010). Adaption-innovation theory and
 knowledge use in organizations. *Management Decision*, 48(8), 1159-1180.
- Clila Jr., M. J. (2011). *Exploring the relationship between organizational citizenship
 behavior and organizational climates for creativity*. (Master of Science),
 San Jose State University.
- Cruz, A. P. (2011). *Knowledge Sharing and Competitiveness of Professional Service
 Firms: A Case Study*. (Doctor of Philosophy, Applied Management and
 Decision Sciences), Walden University.
- Gressgard, L. J. (2011). Virtual team collaboration and innovation in organizations.
Team Performance Management, 17(1), 102-119.
- Inauen, M., & Schenker-Wicki, A. (2011). The impact of outside-in open innovation on
 innovation performance. *European Journal of Innovation Management*, 14(4),
 496-520.
- Kamasak, R., & Bulutlar, F. (2010). The influence of knowledge sharing on innovation.
European Business Review, 22(3), 306-317.
- Krejcie, R. V. , & Morgan, D. W. . (1970). Determining sample size for research
 activities. *Educational And Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Kumar, N., & Rose, R. C. (2012). The impact of knowledge sharing and Islamic
 work ethic on innovation capability. *Cross Cultural Management*, 19(2), 142-165.
- Maria, L. S. V., Celina, G. M., & Jose, A. L. S. (2013). An Assessment of innovativeness
 in KIBS: Implications on KIBS' co-creation culture, innovation capability and
 performance. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 28(2), 1-33.
- Moghimi, S., & Subramaniam, I. D. (2013). Employees' creative behavior: The role
 of organizational climate in malaysian SMEs. *International Journal of Business
 and Management*, 8(5), 1-12.

- Nonaka, I., & Konno, N. (1998). The concept of “ba”: Building a foundation for knowledge creation. *California Management Review*, 40(3), 40-54.
- Oh, K. (2014). *The Effects of Brand, Design, and Price on Intent to Purchase an Activity Tracker*. (Master of Science), College of Education, Florida State University
- Rahab, S. & Sudjono. (2011). The Development of Innovation Capability of Small Medium Enterprises Through Knowledge Sharing Process: An Empirical Study Of Indonesian Creative Industry. *International Journal of Business and Social Science*, 2(21), 112-123.
- Reychav, I. , & Weisberg, J. (2010). Bridging intention and behavior of knowledge sharing. *Journal of Knowledge Management*, 14(2), 285-300.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1976). *On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-Referenced Test Item Validity*. Paper presented at the the Annual Meeting of the American Educational Research Association (60th), San Francisco, California, April 19-23, 1976.
- Saenz, J., Aramburu, N., & Blanco, C. E. (2012). Knowledge sharing and innovation in Spanish and Colombian high-tech firms. *Journal of Knowledge Management*, 16(6), 919-933.
- Saenz, J., Aramburu, N., & Rivera, O. (2009). Knowledge sharing and innovation performance: A comparison between high-tech and low-tech companies. *Journal of Intellectual Capital*, 10(1), 22-36.
- Samad, S. (2013). Assessing the contribution of human capital on business performance. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 4(6), 393-397.
- Tubbs, S. L., & Jablokow, K. (2009). Leadership development and adaption-innovation theory. *The Business Review, Cambridge*, 13(1), 53-59.
- Wu, C. S., Lee, C. J., & Tsai, L.F. (2012). Influence of creativity and knowledge sharing on performance. *Journal of Technology Management in China*, 7(1), 64-77.