

นวัตกรรมองค์กรและกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ในฐานะตัวแปรต้นกลาง
ที่เชื่อมโยงผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน
เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในส่วนภาคเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย
Organizational Innovation and Knowledge Creation Process as Mediator Linking
Transformational Leadership to Corporate Performance of Community
Enterprise Network in Community Enterprise in Lower Northern part 1
of Thailand

ประกาศิต บุญรัตน์¹, สุมาลี รามานุส² และ ธัญนันท์ บุญอยู่³
Prakasit Boonyarat¹, Sumalee Ramanust² and Thanyanan Boonyoo³

มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

Southeast Asia University, Thailand

Email: Robinhero79@gmail.com

Received August 8, 2022; Revised October 13, 2022; Accepted November 15, 2022

Abstract

The objectives of this research were to study the level of transformational leadership, organizational innovation, the knowledge creation process, and the results of the community enterprise network in the lower northern region 1 of Thailand, and to study the organizational innovation and the knowledge creation process as the linking factors to operating results. The research employs a mixed research method. The sample group in the research was 500 representatives of community enterprise members, according to the concept of Comrey & Lee (1992). Such the members' stratified and simple samplings. For qualitative research, the researcher has designated a representative who is a leader of a community enterprise group that has received an outstanding award, 1 person per province, consisting of Tak, Phitsanulok, Petchabun, Sukhothai, and Uttaradit. The research tool was a questionnaire. The statistics utilized in this research were frequency, percentage, mean, standard deviation, and dispersion coefficient values. The structural equation model (SEM) analysis using the Smart PLS 3.0 program was also conducted.

As results, it was found that: the levels of change leadership, organizational innovation, knowledge creation process and performance moderate are at the mean values of 2.97, 2.72, 3.13, and 2.65; the standard deviations were .227, .177, .124, and .166; and the distribution coefficients were .08, .07, .04, and .06, respectively; and the organizational innovation and knowledge creation processes have an indirect influence as the linking factor to the performance of 0.89, with a statistical significance of .01, which controlled the variability of organizational performance by 86 percent ($R^2 = 0.86$).

Keywords: Organizational Innovation; Knowledge Creation Process; Transformational Leadership; Community Enterprise

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง นวัตกรรมองค์กร กระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ และผลการดำเนินงานของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในส่วนภาคเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย และนวัตกรรมองค์กรและกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ในฐานะเชื่อมโยงสู่ผลการดำเนินงาน โดยเป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ตัวแทนสมาชิกวิสาหกิจชุมชน จำนวน 500 คน ตามแนวคิดของ Comrey & Lee (1992) และได้กำหนดการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ และการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแทนที่เป็นผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรางวัลดีเด่นจังหวัดละ 1 ท่าน ประกอบด้วย จังหวัดตาก พิษณุโลก เพชรบูรณ์ สุโขทัย และอุตรดิตถ์ เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติในการวิจัย คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ด้วยแบบสมการโครงสร้างโดยใช้โปรแกรม Smart PLS 3.0

ผลการวิจัยพบว่า ระดับของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง นวัตกรรมองค์กร กระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ และผลการดำเนินงาน อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97, 2.72, 3.13 และ 2.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .227, .177, .124 และ .166 และนวัตกรรมองค์กรและกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้มีค่าอิทธิพลทางอ้อมในฐานะตัวแปรเชื่อมโยงสู่ผลการดำเนินงานเท่ากับ 0.89 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งควบคุมความผันแปรของผลการดำเนินงานขององค์กร ได้ถึงร้อยละ 86 ($R^2 = 0.86$)

คำสำคัญ: นวัตกรรมองค์กร; กระบวนการสร้างสรรค์ความรู้; ผู้นำการเปลี่ยนแปลง; วิสาหกิจชุมชน

บทนำ

วิสาหกิจชุมชน เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เป็นวิสาหกิจที่มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการ ไม่ว่าจะ เป็นนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และพึ่งพาตัวเองของครอบครัวสู่เศรษฐกิจชุมชนและท้องถิ่นซึ่งเป็นฐานรากของการพัฒนาเศรษฐกิจประเทศให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง โดยเฉพาะการพัฒนาในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 ที่มีศักยภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าขายแดนทั้งในจังหวัดตากและจังหวัดอุตรดิตถ์ ด้านรายได้จากการจำหน่ายสินค้า OTOP มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี 2563 มีมูลค่า 9,341 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2562 คิดเป็นร้อยละ 6.06 เป็นแหล่งผลิตการเกษตรที่สำคัญของภาคเหนือตอนล่างและของประเทศ อีกทั้งมีโครงข่ายคมนาคมพื้นฐานที่รองรับการเชื่อมโยงทั้งทางบกและทางอากาศของอนุภูมิภาคอินโดจีน (Chotivungso, 2019)

การส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน กลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 นั้น มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยการขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรมและเกิดสัมฤทธิ์ผลโดยการบูรณาการการทำงานร่วมกัน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและประชาชนในชุมชน เพื่อร่วมบูรณาการขับเคลื่อนให้บังเกิดผลสำเร็จเป็นรูปธรรม เพิ่มขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนให้สามารถพึ่งพาตนเอง กระจายโอกาสในการประกอบอาชีพให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ ยกระดับเศรษฐกิจในชุมชน อันนำไปสู่เศรษฐกิจของประเทศได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ซึ่งการที่จะพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เจริญก้าวหน้าได้ ต้องอาศัยปัจจัยพื้นฐานหลายประการ ผ่านโครงสร้างพื้นฐานที่สามารถอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนและผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ถือเป็นสิ่งจำเป็น รวมถึงยังมีการพัฒนาศักยภาพและบทบาทของภาวะผู้นำวิสาหกิจชุมชนก็เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ขาดไม่ได้เช่นเดียวกัน ผู้นำที่ดีต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจน เพิ่มศักยภาพ กระตุ้น สร้างแรงจูงใจ และสร้างความร่วมมือให้กับพนักงานหรือคนในชุมชนให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรร่วมกัน ยอมรับความคิดใหม่ ๆ ส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิด และสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี ช่วยให้เกิดการขับเคลื่อนที่สำคัญในการสร้างสรรค์องค์ความรู้ (Cood & Berry, 1998) สู่การสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ (Chew et al., 2006) โดยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นในระดับบุคคล ระดับทีม และระดับองค์กร ตลอดจนความรู้เรื่องบริหารจัดการการผลิตและการบริการ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีมาตรฐาน ก่อให้เกิดผลการดำเนินงานที่ดีขององค์กร สอดคล้องกับความคิดเห็นของ (Azar & Cidbuschi, 2017) ที่ได้กล่าวว่า องค์กรใดก็ตามที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดกระบวนการสร้างสรรค์องค์ความรู้จะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กร นั้นเป็นผลมาจากภาวะผู้นำที่ส่งเสริมการทำการกิจกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมในองค์กรทั้งสิ้น

นอกจากปัจจัยด้านบทบาทภาวะผู้นำแล้ว องค์กรยังต้องคำนึงถึงกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้และปัจจัยด้านนวัตกรรมองค์กรด้วยเช่นเดียวกัน ความรู้กลายเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการสร้างคุณค่าและความยั่งยืน ตลอดจนสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Teece, 2005; Nonaka & Takeuchi, 1995) เป็นกระบวนการที่เกิดจากการพัฒนาความคิดใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างความรู้เฉพาะตน (Tacit Knowledge) กับความรู้แบบชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ผ่านการเรียนรู้ร่วมกันและการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันของคนภายในเชื่อมต่อกับระบบความรู้ขององค์กรและส่งต่อไปภายนอกองค์กรเพื่อนำมาซึ่งความรู้ใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้น เป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพของนวัตกรรมและการปรับปรุงผลการดำเนินงานขององค์กรให้ดียิ่งขึ้น (Du Plessis, 2007; Alegre et al., 2013) ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้ความรู้ในการขับเคลื่อนองค์กรและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้องค์กรอยู่รอด ในขณะเดียวกันวิสาหกิจชุมชนต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จำเป็นต้องปรับตัวอย่างมากเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้อย่างเหมาะสม นวัตกรรมเป็นอีกเครื่องมือหนึ่งที่

สามารถช่วยให้ผู้นำองค์กรนำไปประยุกต์ใช้คนในองค์กรเกิดความคิดสร้างสรรค์สินค้า กระบวนการ หรือบริการด้วยวิธีการใหม่ ๆ ที่สร้างมูลค่าก่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าและขยายผลต่อไปในเชิงพาณิชย์ โดยนวัตกรรมที่ผ่านความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญในการความสำเร็จและความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร (Woodman et al., 1993) การศึกษาของ García-Sánchez et al. (2018) พบว่า นวัตกรรมองค์กรมีความสำคัญอย่างมากขององค์กรในการเอาชนะคู่แข่ง ซึ่งต้องมีการได้รับการสนับสนุนเพื่อนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานขององค์กร

ในปี พ.ศ. 2560-2562 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง เป็นผลมาจากการขาดความเข้มแข็ง ขาดความรู้ความเข้าใจทักษะต่าง ๆ เช่น การบริหารจัดการ การวางแผนในการผลิต การบริหารจัดการสินค้า การบริการจัดการด้านการตลาดที่เหมาะสม ไม่สามารถควบคุมปัจจัยการผลิตได้ในระยะยาว ตลอดจนแนวทางในการสร้างสรรค์นวัตกรรมจากทรัพยากรและภูมิปัญญาที่มีอยู่ในชุมชน ทั้งนี้วิสาหกิจชุมชนดังกล่าวจำเป็นต้องมีทักษะความรู้ใหม่ ๆ มาบูรณาการร่วมกับความรู้ภูมิปัญญาเดิมในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนมาประยุกต์ใช้ให้เกิดความคุ้มค่า แสวงหาโอกาสเสริมสร้างความรู้และฝึกลงมือปฏิบัติจริงเพื่อเพิ่มประสบการณ์และทักษะความรู้ให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งหากผู้นำชุมชนมีการกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้คนในชุมชนร่วมมือร่วมใจกันในการเรียนรู้และสร้างสรรค์ภูมิปัญญาวัฒนธรรม ก็จะสามารถสร้างประสิทธิภาพให้เกิดขึ้นในชุมชนได้ในระดับหนึ่ง โดยดำเนินการควบคู่ไปกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่จะมีการส่งเสริมการพัฒนาการปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม โดยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการด้านสินค้าเกษตร และเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าของสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูป โดยอาศัยเทคโนโลยีและนวัตกรรม การเพิ่มประสิทธิภาพของโครงสร้างพื้นฐานของภาคเกษตร และการสนับสนุนบทบาทของผู้ประกอบการเกษตรนำไปสู่โอกาสในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนให้ดียิ่งขึ้นในอนาคต

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาในประเด็นตัวแปรนวัตกรรมองค์กรและกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ที่เชื่อมโยงผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในส่วนภาคเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย เพื่อพัฒนาภาวะผู้นำให้บทบาทในการส่งเสริมกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้และนวัตกรรมองค์กรสู่ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในส่วนภาคเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ให้การพัฒนานำไปสู่ความเข้มแข็งและการพึ่งตนเองได้ สามารถแก้ไขปัญหาความยากจนของคนในชุมชนสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันช่วยให้องค์กรอยู่รอดและเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง นวัตกรรมองค์กร กระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ และผลการดำเนินงานของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในส่วนภาคเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษานวัตกรรมองค์กรและกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ในฐานะเชื่อมโยงสู่ผลการดำเนินงานของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในส่วนภาคเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในส่วนภาคเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ประกอบด้วยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง นวัตกรรมองค์กร และกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร คือ ตัวแทนที่เป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนในส่วนภาคเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดตาก 915 แห่ง จังหวัดพิษณุโลก 1,033 แห่ง จังหวัดเพชรบูรณ์ 1,111 แห่ง จังหวัดสุโขทัย 897 แห่ง และจังหวัดอุตรดิตถ์ 843 แห่ง จำนวนประชากรทั้งหมด 4,799 แห่ง (Community Enterprise Promotion Division, 2022)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้นำวิสาหกิจชุมชน เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ที่ได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดละ 1 ท่าน เป็นจำนวนทั้งสิ้น 5 ท่าน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ตัวแทนที่เป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนในส่วนภาคเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย จำนวน 500 คน ตามแนวคิดของ Comrey and Lee (1992) และได้กำหนดการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางการแบ่งตามชั้นภูมิของจำนวนกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ชั้นภูมิจังหวัด	จำนวนประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
ตาก	915	96	19.00
พิษณุโลก	1,033	108	21.50
เพชรบูรณ์	1,111	116	23.20
สุโขทัย	897	93	18.70
อุตรดิตถ์	843	87	17.60
รวม	4,799	500	100.00

ขอบเขตด้านพื้นที่ สำหรับสถานที่ศึกษาวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล คือ วิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนในส่วนภาคเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดตาก จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดสุโขทัย และจังหวัดอุตรดิตถ์

ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ อยู่ระหว่างเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน พ.ศ. 2565

ทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดทฤษฎี ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาตัวแปร 4 ตัวแปรดังนี้

1. **ผู้นำการเปลี่ยนแปลง** เป็นภาวะที่บุคคลหนึ่งเป็นจุดศูนย์กลางของการเปลี่ยนแปลงคนอื่น ๆ ภายในกลุ่มภาวะผู้นำถูกกำหนดไว้ในแง่ของลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมของผู้นำ รูปแบบการสื่อสาร บทบาทความสัมพันธ์ มุมมองจากผู้ติดตาม อิทธิพลเหนือผู้ติดตาม สิ่งเร้าเป้าหมายในการทำงาน และสิ่งเร้าบนวัฒนธรรมองค์กร (Gonfa, 2019) ในขณะ

ที่ Tajeddaini (2016) ได้กล่าวว่า เป็นภาวะที่ผู้นำสามารถสร้างแรงจูงใจและแรงบันดาลใจให้กับพนักงานภายในองค์กร โดยการสร้างแรงจูงใจเป็นการพัฒนาพนักงานในสามารถปฏิบัติงานได้ตรงตามวัตถุประสงค์ตามที่องค์กรตั้งไว้ หรือมากกว่าที่ตั้งไว้ โดย Budur and Demir (2019) ได้กล่าวเสริมว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นภาวะที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อบุคคลอื่น ๆ ภายในองค์กร สามารถนำกลุ่มปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ พร้อมทั้งช่วยพัฒนาศักยภาพของผู้ติดตามไปสู่ระดับที่สูงขึ้น และมีความสามารถมากขึ้น ช่วยกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานให้กับผู้ติดตามหรือพนักงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรร่วมกัน และสามารถช่วยให้เกิดการขับเคลื่อนที่สำคัญในการสร้างสรรค์องค์ความรู้ขององค์กร โดยองค์ประกอบของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการกระตุ้นทางปัญญา และด้านการคำนึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Chron, 2020)

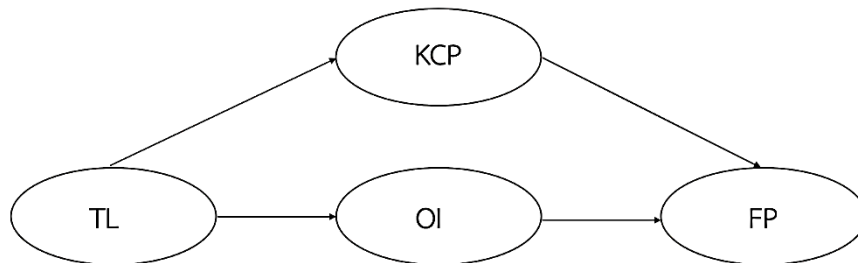
2. กระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ คือ ความสามารถขององค์กรในการผลิตหรือสร้างความรู้ใหม่ ๆ ที่หลากหลายกระจายอยู่ทั่วไปภายในองค์กรให้สามารถสะท้อนออกมาให้เห็นเป็นระบบ การบริหารจัดการ รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ เป็นผลลัพธ์ที่สำคัญอย่างหนึ่งของการจัดการความรู้ในองค์กร (Nonaka, 1994) ในขณะที่ Jennex and Zynger (2007) กล่าวว่า เป็นกระบวนการสร้างความคิดใหม่ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างความรู้เฉพาะตน (Tacit Knowledge) กับความรู้แบบชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ในระดับบุคคลและการแลกเปลี่ยนจะขยายจากระดับบุคคลเป็นระดับภายในกลุ่ม และขยายต่อถึงระหว่างกลุ่ม สามารถสรุปได้ว่า เป็นการเรียนรู้ร่วมกันและการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันของคนภายในส่งต่อไปภายนอกองค์กรโดยจะนำมาซึ่งความรู้ใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้น และช่วยปรับปรุงผลการดำเนินงานขององค์กรให้ดียิ่งขึ้น โดยองค์ประกอบของกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ Ramirez et al., (2011) ได้แบ่งองค์ประกอบผ่านระบบการสร้างสร้างสรรค์ความรู้จากองค์กรไว้ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ด้านกระบวนการแปลงองค์ความรู้หรือการปรับเปลี่ยนสู่ภายนอก ด้านการผสมผสานองค์ความรู้ และด้านกระบวนการส่งกลับความรู้หรือการปรับเปลี่ยนสู่ภายใน

3 นวัตกรรมองค์กร การนำความคิดไปใช้ในเชิงปฏิบัติเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ หรือเป็นกระบวนการใหม่ (Schilling, 2008) สอดคล้องกับแนวคิดของ Herkema (2003) ที่กล่าวว่า นวัตกรรมเป็นการใช้ความ หรือพฤติกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ในองค์กรและนวัตกรรมสามารถเป็นได้ทั้งรูปแบบกระบวนการทำงานใหม่ สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ออกมาในรูปแบบใหม่ บริการใหม่ หรือได้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงานใหม่ โดย Tidd and Bessant (2009) ได้ให้คำยามของนวัตกรรมองค์กรว่า เป็นการนำสิ่งที่มีอยู่เดิมมาพัฒนา ต่อยอดจนเกิดเป็นกระบวนการใหม่ กล่าวได้ว่า เป็นนวัตกรรมองค์กรบางครั้งไม่จำเป็นต้องมาจากการสร้างสิ่งใหม่ ๆ แต่สามารถมาจากการนำสิ่งที่มีอยู่เดิมมาพัฒนาให้เกิดกระบวนการใหม่ในการปฏิบัติงาน หรือการนำผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมมาพัฒนาให้เกิดความคงทน สวยงาม และรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ตามวัตถุประสงค์ของบริษัทมากยิ่งขึ้น ซึ่งองค์ประกอบของนวัตกรรมองค์กรสามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ตามแนวคิดของ Atalay et al. (2013) คือ ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านนวัตกรรมบริการ และด้านนวัตกรรมกระบวนการ

4. ผลการดำเนินงานขององค์กร เป็นผลลัพธ์จากการวัดผลของการปฏิบัติงาน โดยมีการวัดผลทั้งกระบวนการทำงานเพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Powell et al., 2013) ในขณะที่ Koontz and Donnel (1993) ได้กล่าวในทิศทางที่สอดคล้องกันว่า เป็นความสามารถขององค์กรที่ทำให้บุคลากรสามารถปฏิบัติได้ตามวัตถุประสงค์ที่วางแผนไว้ เช่น การทำงานจนมีผลกำไรที่เพิ่มขึ้น การผลิตผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามคุณภาพ โดยผลการดำเนินงานขององค์กร ตามความหมายของ Siminica et al., (2008) ได้ให้ความหมายไปในทางเดียวกันว่า เป็นการทำงานได้ตรงตามประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามเวลาที่กำหนดไว้ เป็นการบรรลุความต้องการตามที่องค์กรตั้งใจผ่านการใช้ความสามารถ หรือทรัพยากรภายในองค์กรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร โดย Kontoghiorghe et al.

(2005) ได้ให้องค์ประกอบของผลการดำเนินงานขององค์กรไว้ 4 ด้าน คือ ด้านมุมมองด้านการเงิน ด้านมุมมองด้านลูกค้า ด้านมุมมองด้านกระบวนการภายใน และด้านมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในข้างต้น ผู้วิจัยได้พัฒนารอบแนวคิดในการวิจัยจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้ทำการสรุปและสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed-Methods Research) ที่มุ่งค้นหาและพัฒนาข้อมูลมาตรวัดความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ที่สามารถวัดลักษณะและพฤติกรรมเป็นตัวเลขได้ด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กับประชากรกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ตลอดจนได้มีการแจกแบบสอบถาม วิเคราะห์และประมวลผลด้วยแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) และวิธีเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก พร้อมนำผลที่ได้มาสรุป อภิปรายผลและให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากการวิจัย โดยวิธีการวิจัยจะประกอบด้วย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแทนที่เป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนในส่วนภาคเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดตาก 915 แห่ง จังหวัดพิษณุโลก 1,033 แห่ง จังหวัดเพชรบูรณ์ 1,111 แห่ง จังหวัดสุโขทัย 897 แห่ง และจังหวัดอุตรดิตถ์ 843 แห่ง จำนวนประชากรทั้งหมด 4,799 แห่ง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแทนที่เป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนในส่วนภาคเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย จำนวน 500 คน ตามแนวคิดของ Comrey and Lee (1992) และได้กำหนดการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแทนที่เป็นผู้นำวิสาหกิจชุมชน เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในส่วนภาคเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดตาก จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดสุโขทัย และจังหวัดอุตรดิตถ์ จำนวนประชากรทั้งหมด 4,799 แห่ง คัดสรรผู้นำในแต่ละจังหวัด จังหวัดละ 1 ท่าน เป็นจำนวนทั้งสิ้น 5 ท่าน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จะประกอบด้วยแบบสอบถาม 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และจังหวัดที่ประกอบธุรกิจ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Multiple Choice) และส่วนที่ 2-5 เป็นแบบสอบถามในการประเมินภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง กระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ นวัตกรรมองค์กร และผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งแบบสอบถามดังกล่าวในแต่ละส่วนจะมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามแบบของ Likert' Scale (1932)

3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการทำ IOC อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 ทุกรายข้อ และได้ทำการตรวจสอบความเที่ยง เพื่อวัดความสอดคล้องภายในของคุณภาพโดยรวมของเครื่องมือทั้งฉบับด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งผลการวิเคราะห์ในการวิจัยครั้งนี้มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.923

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1. การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้ตอบแบบสอบถามจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ถึงตัวแทนวิสาหกิจชุมชน เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนในส่วนภาคเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย จำนวน 500 คน

4.2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วย

4.2.1. ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์แบบเชิงลึกถึงตัวแทนที่เป็นผู้นำวิสาหกิจชุมชน เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนในส่วนภาคเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดตาก จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดสุโขทัย และจังหวัดอุตรดิตถ์ จังหวัดละ 1 คน

4.2.2. นักกลุ่มเป้าหมาย ทำการสัมภาษณ์จากคำถามที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าจากงานวิจัย โดยในระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะทำการบันทึกเสียงตามไปด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้อง และแม่นยำมากที่สุด

4.2.3. จัดหมวดหมู่ข้อมูลและดัชนีข้อมูลสำหรับการนำมาใช้โดยการอ่านทำความเข้าใจกับข้อมูลทั้งหมด และตัดทอนข้อมูลโดยขจัดข้อมูลที่ไม่ต้องการออกไป

4.2.4. นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลจากการแกะเทป จดบันทึกจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และสร้างบทสรุปเบื้องต้นเพื่อนำข้อมูลกลับไปให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบความถูกต้องก่อนการสรุปผลเป็นข้อค้นพบ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปและตัวแบบโครงสร้าง เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ที่ประกอบด้วย (1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ (2) สถิติการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (SEM) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 288 คน (ร้อยละ 57.6) มีอายุระหว่าง 41–50 ปี จำนวน 294 คน (ร้อยละ 58.8) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 211 คน (ร้อยละ 42.2) และประกอบธุรกิจในจังหวัดเพชรบูรณ์มากที่สุด จำนวน 114 คน (ร้อยละ 22.8)

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

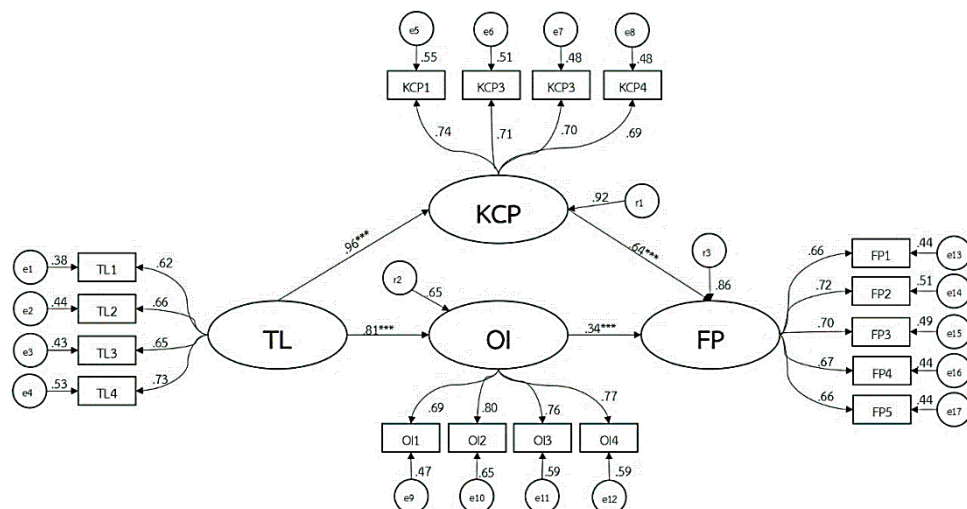
ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง กระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ นวัตกรรมองค์กร และผลการดำเนินงานขององค์กร สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์การกระจาย และระดับของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง กระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ นวัตกรรมองค์กร และผลการดำเนินงานขององค์กร โดยรวม

ระดับค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์การกระจาย ของตัวแปรในภาพรวม	$\bar{X}$	S.D.	C.V.	ระดับ
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	2.97	.227	.08	ปานกลาง
กระบวนการสร้างสรรค์ความรู้	3.13	.124	.04	ปานกลาง
นวัตกรรมองค์กร	2.72	.177	.07	ปานกลาง
ผลการดำเนินงานองค์กร	2.65	.166	.06	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.13$, S.D.=.124, C.V.=.04) รองลงมา คือ ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.97$, S.D.=.227, C.V.=.08) นวัตกรรมองค์กร อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.72$, S.D.=.177, C.V.=.07) และผลการดำเนินงานองค์กร ($\bar{X}=2.65$, S.D.=.166, C.V.=.06) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างในภาพรวม ซึ่งเป็นผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยสัมประสิทธิ์ถดถอยทางตรงที่ส่งผลต่อการดำเนินงานองค์กรและผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ตัวแบบสมการโครงสร้างอิทธิพลนวัตกรรมองค์กรและกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ในฐานะตัวแปรต้นกลางที่เชื่อมโยงผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยสัมประสิทธิ์ความถดถอยอิทธิพลตามลำดับขั้น

1. ผลการวิเคราะห์ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (TL) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ (KCP) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Coef.) เท่ากับ 0.96*** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสามารถควบคุมความผันแปรของกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ (KCP) ได้ถึงร้อยละ 92 ($R^2=0.92$)

2. ผลการวิเคราะห์ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (TL) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมองค์กร (OI) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Coef.) เท่ากับ 0.81*** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสามารถควบคุมความผันแปรของนวัตกรรมองค์กร (OI) ได้ถึงร้อยละ 65 ($R^2=0.65$)

3. ผลการวิเคราะห์กระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ (KCP) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (FP) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Coef.) เท่ากับ 0.64^{***} อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสามารถควบคุมความผันแปรของผลการดำเนินงานขององค์กร (FP) ได้ถึงร้อยละ 86 ($R^2=0.86$)

4. ผลการวิเคราะห์นวัตกรรมองค์กร (OI) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (FP) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Coef.) เท่ากับ 0.34^{***} อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสามารถควบคุมความผันแปรของผลการดำเนินงานขององค์กร (FP) ได้ถึงร้อยละ 86 ($R^2=0.86$)

5. ผลการวิเคราะห์ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (TL) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (FP) โดยส่งผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ และนวัตกรรมองค์กร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Coef.) เท่ากับ 0.89^{***} อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสามารถร่วมกันควบคุมความผันแปรของผลการดำเนินงานขององค์กร (FP) ได้ถึงร้อยละ 86 ($R^2=0.86$)

จากผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (FP) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาสรุปสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) เท่ากับ 0.96 หมายความว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้

สมมติฐานที่ 2 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมองค์กร ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) เท่ากับ 0.81 หมายความว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมองค์กร

สมมติฐานที่ 3 กระบวนการสร้างสรรค์ความรู้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) เท่ากับ 0.64 หมายความว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมองค์กร

สมมติฐานที่ 4 นวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) เท่ากับ 0.34 หมายความว่า นวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลคั่นกลางที่เป็นตัวแปรที่เข้ามาเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามโดยที่มีตัวแปรคั่นกลางที่จะนำมาอธิบายอิทธิพลทางอ้อม ซึ่งผลการทดสอบอิทธิพลทางอ้อมจะปรากฏตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบอิทธิพลคั่นกลาง

	สมมติฐานการวิจัย	Effect	Boot SE	Boot LLCI	Boot ULCI
H ₆	กระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ ในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง สู่ผลการดำเนินงานขององค์กร	.5186	.0450	.4303	.6094
H ₇	นวัตกรรมองค์กรในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงภาวะผู้นำการ เปลี่ยนแปลงสู่ผลการดำเนินงานขององค์กร	.4550	.0383	.3821	.5327

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า

1. กระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ ในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง สู่ผลการดำเนินงานขององค์กร โดยมีค่าผลคูณของสัมประสิทธิ์ขอบเขตล่าง (Boot LLCI) และขอบเขตบน (Boot ULCL) ที่ช่วงของความเชื่อมั่นไม่คลุม 0 แสดงว่ากระบวนการสร้างสรรค์ความรู้เป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลการดำเนินงานขององค์กรโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ขอบเขตล่างเท่ากับ .4303 และขอบเขตบนเท่ากับ .6094

2. นวัตกรรมองค์กรเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลการดำเนินงานขององค์กรโดยมีค่าผลคูณของสัมประสิทธิ์ขอบเขตล่าง (Boot LLCI) และขอบเขตบน (Boot ULCL) ที่ช่วงของความเชื่อมั่นไม่คลุม 0 แสดงว่า อิทธิพลของนวัตกรรมองค์กรเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผลการดำเนินงานขององค์กร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ขอบเขตล่างเท่ากับ .3821 และขอบเขตบนเท่ากับ .5327

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อนำมาเชื่อมโยงกับตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ซึ่งมีลักษณะข้อคำถามเป็นการนำเสนอประเด็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่มีทั้งส่วนที่ตั้งคำถามไว้แล้ว และส่วนที่ไม่ได้ตั้งคำถามไว้ เพื่อให้ผู้นำวิสาหกิจชุมชนทั้ง 5 คน มีอิสระในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมองค์กรและกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในสวนภาคเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย สามารถสรุปผลการศึกษาได้ออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้และผลดำเนินงานขององค์กรหรือไม่อย่างไร จากผลการสัมภาษณ์ พบว่า ส่วนใหญ่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนจะมีความรู้ในด้านการผลิตสินค้าในท้องถิ่นของตนเองแต่ส่วนใหญ่จะขาดความรู้ทั้งด้านการบริหารจัดการจึงทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับแผนการทำงานที่ไม่ชัดเจนส่งผลกระทบต่อการดำเนินกิจการ นอกจากนี้ยังมีปัญหาในเรื่องการการตลาด ทำให้การจำหน่ายสินค้าที่ผลิตขึ้นมาไม่มีประสิทธิภาพ ไม่สามารถขยายตลาดกลุ่มลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น ทำให้สินค้าที่วิสาหกิจชุมชนผลิตขึ้นไม่สามารถสร้างรายได้ให้เพิ่มขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนต้องมีผู้นำที่มีความรู้ความสามารถในด้านการบริหารจัดการและมีวิสัยทัศน์ในการที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนขยายกิจการได้อย่างเติบโต รวมถึงหาวิธีการพัฒนาทักษะฝีมือให้สมาชิกเพิ่มขึ้นจนทำให้การผลิตสินค้าของวิสาหกิจมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับมากขึ้น ขณะเดียวกันสมาชิกบางส่วนของวิสาหกิจชุมชนยังไม่ค่อยยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลงและไม่กล้าเปิดใจยอมรับความรู้ใหม่ในยุคปัจจุบัน จึงทำให้ประสบปัญหาการทำงานที่ต่างคนต่างทำจนดูเหมือนขาดความสามัคคีภายในกลุ่มไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งการมีผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่สามารถนำการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นภายในกลุ่มจะทำให้สมาชิกเกิดความ

สามัคคี และรู้จักการทำงานที่มีเป้าหมายความสำเร็จร่วมกันจนทำให้กิจการของวิสาหกิจมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น จนเกิดมูลค่าสูงขึ้นตามไปด้วย

2. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมองค์กรและผลการดำเนินงานขององค์กรหรือไม่ อย่างไร จากผลการสัมภาษณ์ พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนยังไม่สามารถผลิตสินค้าได้มาตรฐานในระดับที่จะส่งออกไปขายในระดับประเทศ หรือทำให้นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศหรือต่างประเทศเกิดความสนใจที่จะซื้อสินค้า ซึ่งปัญหาลำคัญมาจากการอุปกรณ์เครื่องมือผลิตสินค้าหรือสถานที่ผลิตสินค้าที่จะทำให้กระบวนการผลิตได้มาตรฐานซึ่งส่วนหนึ่งมาจากปัญหาการขาดแหล่งเงินทุนสนับสนุนและสมาชิกก็ไม่มีข้อมูลต่อการเสาะหาแหล่งเงินทุนสนับสนุน แต่อีกด้านหนึ่งถึงแม้มีเครื่องมืออุปกรณ์หรือสถานที่แล้ว แต่สมาชิกก็ยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้าเพียงพอ การได้ผู้นำในยุคใหม่ที่รู้จักการนำเทคโนโลยีมาใช้งานให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ รวมถึงหาวิธีการให้สมาชิกเข้าใจและเรียนรู้เทคโนโลยีเพื่อร่วมกันสร้างนวัตกรรมใหม่ให้เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชนจึงมีส่วนช่วยให้วิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการได้ ขณะเดียวกันผู้นำที่มีความสามารถในการบริหารและมุ่งมั่นต่อการทำงานจะสามารถเสาะหาแหล่งเงินทุนที่จะนำมาให้วิสาหกิจชุมชนใช้ในการซื้ออุปกรณ์เครื่องมือหรือสถานที่ที่จะทำให้การผลิตสินค้าของชุมชนได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับแก่ผู้บริโภคมากขึ้น ดังนั้นผู้นำองค์กรการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบันที่มีความรู้ในการใช้เทคโนโลยีและรู้จักนำมาใช้พัฒนาองค์กร รวมถึงทำให้สมาชิกได้เรียนรู้มากขึ้น จึงมีส่วนทำให้สมาชิกพัฒนาตัวเองได้จนส่งผลต่อวิสาหกิจชุมชนมีผลการดำเนินงานที่ดีเพิ่มขึ้นได้

ผลการวิจัยเชิงเปรียบเทียบ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-Methods Research) ผลที่ได้จากทั้งการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) สามารถเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ

สมมติฐานการวิจัย (Hypothesis)	ผลการวิเคราะห์	
	เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ
H ₁ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสร้างสรค์ความรู้	สนับสนุน	สนับสนุน
H ₂ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมองค์กร	สนับสนุน	สนับสนุน
H ₃ กระบวนการสร้างสรค์ความรู้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร	สนับสนุน	สนับสนุน
H ₄ นวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร	สนับสนุน	สนับสนุน

อภิปรายผล

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อการสร้างสรค์ความรู้ พบว่า ผู้นำเปรียบเสมือนเป็นเข็มทิศขององค์กรในการดำเนินกิจการใด ๆ ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ผู้นำองค์กรหรือผู้นำกลุ่มก็จะมีหลากหลายลักษณะ ซึ่งในยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจแบบก้าวกระโดดส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะวิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบของกลุ่มชุมชนที่ผลิตและขายสินค้า จากวัตถุดิบที่มาจากท้องถิ่น อาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นบวกกับองค์ความรู้สมัยใหม่ เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา โดยส่วนใหญ่อาศัยกำลังซื้อจากท้องถิ่นเดียวกันและพื้นที่

ใกล้เคียง (Kumchuen, 2021) ซึ่งในปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนต้องการขยายตลาดให้กว้างและครอบคลุมพื้นที่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผู้นำองค์กรหรือผู้นำกลุ่มจึงจำเป็นต้องหาองค์ประกอบที่สามารถดำเนินการสำเร็จตามเป้าหมาย โดยการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด และสร้างความสามารถแข่งขันได้ ซึ่งผู้นำที่จะสามารถบริหารจัดการองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องมีลักษณะของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง นั่นคือ เป็นผู้นำที่มีอิทธิพลต่อผู้คนในกลุ่ม สามารถนำกลุ่มปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ พัฒนาความสามารถของผู้ตามไปสู่ระดับที่สูงขึ้นและมีศักยภาพมากขึ้น ช่วยกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ตามหรือพนักงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรร่วมกัน ดังนั้นการที่องค์กรจะเกิดกระบวนการพัฒนาความคิดใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ มีกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ได้นั้นต้องได้รับการสนับสนุน หรือการกระตุ้นทางความคิดจากผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่พร้อมจะนำพาองค์กรหรือกลุ่มให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด สอดคล้องกับ Kumar et al., (2013) ที่อธิบายว่าภาวะผู้นำส่งผลต่อกิจกรรมการสร้างนวัตกรรมในองค์กร ผู้นำองค์กรใดที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดกระบวนการสร้างสรรค์องค์ความรู้ คือ เกิดกระบวนการพัฒนาความคิดใหม่ของพนักงานหรือคนในกลุ่มภายใต้องค์ความรู้เดิมจนเกิดองค์ความรู้ใหม่จากการเรียนรู้ร่วมกันและการแลกเปลี่ยนความรู้ ซึ่งกันและกันในองค์กร และเชื่อมต่อกับระบบความรู้ขององค์กรและส่งต่อไปภายนอกองค์กรเพื่อนำมาซึ่งความรู้ใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้น จนกลายเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืน ตลอดจนสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กร (Alegre et al., 2013; Nilwala et al., 2017) นอกจากนี้ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงยังมีความสามารถในการสร้างสรรค์ความรู้เกี่ยวกับพื้นฐานด้านการจัดการต่าง ๆ ผ่านการสื่อสาร (communication) การสนทนา (dialogue) และการทดลอง (experimentation) (Sanoubar & Shoaran, 2017) โดยจากงานวิจัยของ Yoo et al. (2020) ศึกษาพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลกระทบบ่อยมากต่อวัฒนธรรมการเรียนรู้ที่สนับสนุนทรัพยากรทางความรู้ระดับองค์กรที่นำไปสู่แนวทางปฏิบัติในการสร้างสรรค์ความรู้ในองค์กร จึงเป็นข้อสรุปได้ว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้

2. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมองค์กร ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานพบข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนการวิจัย พบว่า ผู้นำที่มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะสนับสนุนส่งเสริมให้องค์กรเกิดกระบวนการเรียนรู้ และให้ออกาสหรือสร้างการเรียนรู้แก่บุคลากรอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้ตอบสนองเป้าหมายขององค์กร (Gonfa, 2019) ไม่ว่าองค์ความรู้ต่าง ๆ จะมีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย มีการคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ ทั้งนวัตกรรมและเทคโนโลยีในภาคธุรกิจ แต่องค์กรก็พร้อมจะเรียนรู้และเติมเต็มความรู้ตลอดเวลา เพื่อนำความรู้เหล่านั้นมาปรับใช้และพัฒนาองค์กร บุคลากร กระบวนการทำงาน ตลอดจนการพัฒนาสินค้าหรือบริการให้ตรงตามความต้องการของตลาด จากคุณลักษณะภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่สร้างให้เกิดกระบวนการเหล่านี้จึงเป็นสิ่งที่วิสาหกิจชุมชนต้องการเป็นอย่างมากที่จะช่วยบริหารจัดการองค์กรหรือกลุ่มชุมชนให้เป็นองค์กรหรือชุมชนที่พร้อมเปลี่ยนแปลงและรับมือกับทุกสถานการณ์ไม่ว่าสภาพแวดล้อมจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรโดยมุ่งมั่นและมั่นใจในองค์ความรู้ที่มีอยู่แล้วผนวกกับความรู้ใหม่ ๆ สามารถสร้างสรรค์ผลงานให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทำให้เกิดการปรับตัวทั้งกระบวนการทำงาน มุมมองของบุคลากรหรือสมาชิกในกลุ่ม การสร้างความเข้มแข็งนำไปสู่การเกิดนวัตกรรมองค์กร เนื่องจากเมื่อองค์กรเกิดกระบวนการเรียนรู้ทั้งที่เกิดจากการทำงานภายใน และความรู้จากภายนอกองค์กรถูกนำมาบูรณาการร่วมกันเพื่อการปฏิบัติงาน ทำให้ความรู้ใหม่ ๆ เกิดขึ้นจนกลายเป็นองค์กรที่มีขีดความสามารถในการคิดค้น ปรับปรุง พัฒนา ต่อยอดผลิตภัณฑ์หรือการบริการ รวมถึงกระบวนการทำงานต่าง ๆ ภายในองค์กร เพื่อสร้างมูลค่าก่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์และตอบสนองความพึง

พอใจของลูกค้า สร้างให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ สอดคล้องกับ Budur and Demir (2019) ศึกษาพบว่า ผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะสร้างกลไกในการสนับสนุนหรือจูงใจพนักงานให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ความมุ่งมั่นของพนักงาน ความพึงพอใจในระดับบุคคล องค์กร ส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะสร้างสภาพแวดล้อมที่พนักงานมีแรงจูงใจ มีพลังในการทำงาน และเต็มใจสร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ จนเกิดเป็นนวัตกรรมองค์กร ทำนองเดียวกันกับ Dwi et al. (2020) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร พบว่าผู้ประกอบการที่มีลักษณะสร้างนวัตกรรมองค์กรส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรในเชิงบวก ขณะที่ Azar and Ciabuschi (2017) พบว่านวัตกรรมองค์กรช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานทั้งทางตรงและทางอ้อม จึงชี้ให้เห็นว่าผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลอย่างมากต่อนวัตกรรมองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานให้กับองค์กรเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

3. กระบวนการสร้างสรรค์ความรู้มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานพบข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนการวิจัย พบว่า องค์กรที่มีกระบวนการการเรียนรู้อย่างเป็นรูปธรรม จนกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กร นำไปสู่การพัฒนาให้เกิดเป็นความสามารถในการแข่งขันและความสามารถที่จะทำให้องค์กรเผชิญกับสภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา ดังนั้นองค์กรจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการสะสมความรู้เพื่อนำความรู้ที่สะสมไว้มานำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างแนวคิดสำหรับการพัฒนาการดำเนินงานต่าง ๆ ขององค์กร สามารถผลิตหรือสร้างความรู้ใหม่ ๆ ที่หลากหลายกระจายไปทั่วองค์กรและสะท้อนออกมาให้เห็นผ่านระบบการทำงาน การบริการ และผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสะสมความรู้ที่มีคุณค่าและการพัฒนาความรู้จะทำให้องค์กรสามารถสร้างความสามารถหลักขององค์กรอันเกิดจากความรู้ที่ได้ ซึ่งความสามารถหลักขององค์กรจะมีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานและคุณค่าของผลผลิตที่องค์กรจะได้รับ กระบวนการสร้างสรรค์ความรู้จึงเป็นตัวช่วยที่สำคัญให้องค์กรมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน สอดคล้องกับการศึกษาของ Sa et al., (2020); Mehralian et al. (2018) พบว่า กระบวนการสร้างสรรค์ความรู้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร นอกจากนี้ Yu et al. (2017) ยังพบว่ากระบวนการสร้างสรรค์ความรู้เอื้อต่อความสามารถด้านนวัตกรรมทางเทคโนโลยี ที่ประกอบไปด้วยความสามารถด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ ซึ่งตัวแปรทั้งสองนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนขององค์กร ขณะที่ Barua (2018) พบว่า กระบวนการสร้างสรรค์ความรู้มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับผลการดำเนินงานขององค์กร โดยการสร้างสรรค์ความรู้เกิดขึ้นจากการแลกเปลี่ยนความรู้ที่เป็นหลักการ หลักวิชาการ และเป็นความรู้จากประสบการณ์ เป็นเทคนิคเฉพาะตัวระหว่างพนักงาน ทำให้เกิดการสร้างความรู้ใหม่ ๆ และการเรียนรู้ขององค์กรผ่านการทดลอง จะช่วยเสริมศักยภาพในการเรียนรู้ สามารถสร้างคุณค่าให้กับองค์กรและเป็นเครื่องมือที่สำคัญเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและเพิ่มคุณค่าให้กับองค์กร

4. นวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานพบข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนการวิจัย พบว่า องค์กรให้ความสำคัญกับกระบวนการในการจัดการความรู้เพื่อนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมองค์กร การเรียนรู้ร่วมกัน และการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน โดยองค์กรเชื่อว่าจะนำมาซึ่งความรู้ใหม่ ๆ ซึ่งความรู้ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพของนวัตกรรมและการปรับปรุงผลการดำเนินงานขององค์กร (Alegre et al., 2013) องค์กรที่มีขีดความสามารถในการคิดค้น ปรับปรุง พัฒนา ต่อยอดผลิตภัณฑ์หรือการบริการ ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่า

ก่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์และตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า ทำให้องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจได้ เนื่องจากองค์กรสามารถสร้างความแตกต่างทั้งกระบวนการทำงาน สินค้าและบริการใหม่ ๆ นำไปสู่การเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ ตลอดจนการควบคุมต้นทุนให้อยู่ในระดับมาตรฐาน ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของรายได้ที่จะก่อให้เกิดความมั่งคั่งในรูปแบบของกำไร บรรลุเป้าหมายที่องค์กรกำหนด ตลอดจนสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มีส่วนได้เสียขององค์กรเกิดความมั่นใจว่าองค์กรจะสามารถเจริญเติบโตได้ภายใต้การแข่งขันที่รุนแรงและมีการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมธุรกิจตลอดเวลา และสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสอดคล้องกับ Tsai & Liao (2017) พบว่า การดำเนินงานที่กำหนดกลยุทธ์การสร้างนวัตกรรมองค์กรไว้อย่างชัดเจนเพื่อบรรลุตามเป้าหมาย ทำให้องค์กรมีผลกำไรที่เพิ่มขึ้น ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ หรือมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มมากขึ้น ขณะที่ Yu et al., (2017) กล่าวว่า การลงทุนในปัจจุบันต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดการพัฒนาวัตกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร โดยเฉพาะความสามารถด้านนวัตกรรมทางเทคโนโลยี ที่ประกอบไปด้วยความสามารถด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ ซึ่งตัวแปรทั้งสองจะนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน

สรุปผล

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมองค์กรและกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ในฐานะตัวแปรคั่นกลาง ที่เชื่อมโยงผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในส่วนภาคเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ว่า ระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง กระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ นวัตกรรมองค์กร และผลการดำเนินงานองค์กร ผลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการทดสอบอิทธิพลคั่นกลางพบว่า กระบวนการสร้างสรรค์ความรู้มีอิทธิพลในฐานะตัวแปรคั่นกลางระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่ผลการดำเนินงานขององค์กร มากกว่านวัตกรรมองค์กร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการศึกษา ผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งอิทธิพลต่อกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้มากที่สุด รองลงมาได้แก่ นวัตกรรมองค์กร ดังนั้นจำเป็นต้องมีองค์ประกอบหรือกลุ่มชุมชนต้องมีผู้นำที่มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เพื่อสนับสนุนส่งเสริมให้องค์กรเกิดกระบวนการเรียนรู้ และให้โอกาสหรือสร้างการเรียนรู้แก่บุคลากรอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง จนนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมองค์กรใหม่ ๆ ที่จะทำให้องค์กรหรือกลุ่มชุมชนสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการมีกระบวนการคิดและทำงานใหม่ ๆ สร้างสรรค์สินค้าและบริการได้ตรงตามความต้องการของตลาด บริหารจัดการต้นทุนให้เป็นมาตรฐาน ก่อให้เกิดผลการดำเนินงานตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

2. จากผลการศึกษา การสร้างสรรค์ความรู้ และนวัตกรรมองค์กรเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรผ่านผู้นำการเปลี่ยนแปลง นั่นหมายความว่า องค์กรหรือกลุ่มชุมชนจะประสบความสำเร็จในการดำเนินงานได้ จะต้องเริ่มต้นจากผู้นำที่มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง สามารถบริหารจัดการภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและรวดเร็ว พร้อมทั้งสนับสนุนส่งเสริมให้องค์กรหรือชุมชนมีการพัฒนาความรู้จัดการความรู้ในรูปแบบของกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ นำไปสู่การสร้างนวัตกรรมองค์กรทั้งด้านกระบวนการทำงาน สินค้าและบริการใหม่ ๆ ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพการดำเนินงาน

3. จากผลการศึกษานำองค์กรหรือกลุ่มชุมชน สามารถนำมาปรับใช้กับวิสาหกรรรมชุมชนให้สามารถดำเนินงานองค์กรหรือกลุ่มชุมชน ร่วมกันนำภูมิปัญญาของชุมชนมาสร้างสรรค์คุณค่าให้เกิดเป็นสินค้าและบริการ โดยใช้วัตถุดิบและทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นตัวเองไปก่อให้เกิดประโยชน์และคุณค่าสูงสุดต่อผู้คนและเศรษฐกิจในชุมชน สามารถช่วยให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา นวัตกรรมองค์กรและกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ในฐานะคำแปรผันที่เชื่อมโยงผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในสวนภาคเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย โดยการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการนำเรื่องเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจเข้ามาศึกษาเพื่อหาความสัมพันธ์ใหม่ที่ทำให้อาจทำให้สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้สู่การสร้างนวัตกรรมองค์กร ที่มีผลต่อผลการดำเนินงาน

2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในสวนภาคเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ซึ่งสามารถต่อยอดศึกษาการวิจัยครั้งต่อไปโดยเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายการศึกษาเป็น วิสาหกิจชุมชนอื่น หรือจะเป็นภาคธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจพาณิชยกรรม ธุรกิจผลิตสินค้า และธุรกิจบริการ เป็นต้น เพื่อให้เกิดการศึกษาที่ครอบคลุมทุกกลุ่ม

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง กระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ และนวัตกรรมองค์กร มีผลต่อการดำเนินงานองค์กร เป็นผลมาจากกลุ่มผู้นำชุมชนที่มีต่อการทำงานภายในวิสาหกิจชุมชนด้วยความเข้มแข็งอันจะส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร จึงเป็นตัวอย่งให้กับสมาชิกให้มีความตั้งใจทำงาน และในการที่ผู้นำชุมชนมีการคิดค้นกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ใหม่ ๆ ตลอดเวลาเพื่อให้สมาชิกสามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว ประหยัดเวลารวมถึงการนำนวัตกรรมองค์กรมาพัฒนาหลักการทำงานภายในชุมชนให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้น และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้งานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานภายในวิสาหกิจชุมชนให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

References

- Alegre, J., & Chiva, R. (2013). Linking entrepreneurial orientation and firm performance: The role of organizational learning capability and innovation performance. *Journal of Small Business Management*, 51(4), 491–507.
- Atalay, M., Anafarta, N., & Sarvan, F. (2013). The Relationship between Innovation and Firm Performance: An Empirical Evidence from Turkish Automotive supplier industry. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 75(12), 226–235.

- Azar, G., & Ciabuschi, F. (2017). Organizational innovation, technological innovation, and export performance: The effects of innovation radicalness and extensiveness. *International business review*, 26(2), 324–336.
- Barua, B. (2018). Impact of Knowledge Creation on Organizational Performance in the Service Organizations of Bangladesh. *The International Journal of Management*, 7(4), 11–20.
- Budur, T., & Demir, A. (2019). Leadership Perceptions Based on Gender, Experience and Education Leadership Perceptions Based on Gender, Experience, and Education. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 6(1), 142–154.
- Chew, J. L., Loh, Y. H., Wu, Q., Vega, V. B., Zhang, W., Chen, X., & Ng, H. H. (2006). The Oct4 and Nanog transcription network regulates pluripotency in mouse embryonic stem cells. *Nature genetics*, 38(4), 431–440.
- Chotivungso, B. (2019). Role of Leader in the New Paradigm. *Dhammathas Academy Journal*, 19(1), 297–307.
- Chron, J. (2020). *Four Elements of Transformational Leadership*. <https://smallbusiness.chron.com/four-elements-transformational-leadership-10115.html>.
- Coad, A. F., & Berry, A. J. (1998). Transformational leadership and learning orientation. *Leadership and Organization Development Journal*, 19(3), 164–72.
- Community Enterprise Promotion Division. (2022). *Community Enterprise Information System*. <https://smce.doae.go.th/>.
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A first course in factor analysis*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Du Plessis, M. (2007). The role of knowledge management in innovation. *Journal of Knowledge Management*, 11(4), 20–29.
- Dwi Widayani, A. A., Landra, N., Sudja, N., Ximenes, M., & Sarmawa, I. W. G. (2020). The role of ethical behavior and entrepreneurial leadership to improve organizational performance. *Cogent Business & Management*, 7(1), 17–28.
- García-Sánchez, E., García-Morales, V., & Martín-Rojas, R. (2018). Influence of Technological Assets on Organizational Performance through Absorptive Capacity, Organizational Innovation and Internal Labour Flexibility. *Sustainability*, 10(3), 770–784.
- Gonfa, B. D. (2019). Review on Components of Transformational Leadership. *Arabian Journal of Business and Management Review*, 9(3), 1–5.
-

- Herkema, S. (2003). A Complex Adaptive Perspective on Learning within Innovation Projects. *The Learning Organization*, 10(6), 340–346.
- Jennex, M. E., & Zynger, S. (2007). Security as a contributor to knowledge management success. *Information Systems Frontiers*, 9(10), 493–504.
- Kontoghiorghes, C., Awbrey, S. M., & Feurig, P. L. (2005). Examining the relationship between learning organization characteristics and change adaptation, innovation, and organizational performance. *Human Resource Development Quarterly*, 16(2), 185–211.
- Koontz, H., & Donnel, C. (1993). *Introduction to Management*. McGraw–Hill.
- Kumar, K. K., Jain, K. K., & Tiwary, R. R. (2013). Leadership Activities and Their Impact on Creating Knowledge in Organizations. *International Journal of Leadership Studies*, 8(1), 15–27.
- Kumchuen, P. (2021). Small and Micro Community Enterprises Accounting in Nonthaburi Province. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University*, 7(1), 76–89.
- Mehralian, G., Nazari, J. A., & Ghasemzadeh, P. (2018). The effects of knowledge creation process on organizational performance using the BSC approach: the mediating role of intellectual capital. *Journal of knowledge management*, 22(4), 802–823.
- Nilwala, N., Gunawardana, K., & Fernando, R. L. S. (2017). Scale for measuring transformational leadership in public sector organizations in Sri Lanka: with special reference to ministries of western provincial council. *International Journal of Management and Sustainability*, 6(4), 63–74.
- Nonaka, I. (1994). A dynamic theory of organizational knowledge creation. *Organization Science*, 5(1), 14–37.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation: Oxford university press*. McGraw–Hill.
- Powell, B. C., Donohue, J. M., Liang, X., & Fox, J. B. (2013). Sales growth of Chinese private owned enterprises (POEs): an exploratory analysis. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 5(2), 104–121.
- Ramirez, A. M., Morales, V. J. G., & Rojas, R. M. (2011). Knowledge creation, organizational learning and their effects on organizational performance. *Engineering Economics*, 22(3), 309–318.

- Sa, M. L. L., Choon-Yin, S., Chai, Y. K., & Joo, J. H. A. (2020). Knowledge creation process, customer orientation and firm performance: Evidence from small hotels in Malaysia. *Asia Pacific Management Review*, 25(2), 65–74.
- Sanoubar, N., & Shoaran, A. (2017). *Organizational learning: A link between top management support and customer data quality improvement*. <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/3077584.3077585>.
- Schilling, M. A. (2008). *Strategic Management of Technological Innovation* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Siminica, M., Berceanu, D., & Circiumaru, D. (2008). The performances of industrial firms from Romania Correlation Dimension-Indicators of Results. *Financial Innovation and Competition in European Union*, 16(8), 71–78.
- Tajeddini, K. (2016). Analyzing the influence of learning orientation and innovativeness on performance of public organizations: The case of Iran. *Journal of Management Development*, 35(2), 134–153.
- Teece, D. (2005). Technology and technology transfer: mansfieldian inspirations and subsequent developments. *Journal of Technology Transfer*, 30(1–2), 17–33.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2009). *Managing Innovation Integrating Technological and Organization Change* (4th ed.). John Wiley and Sons.
- Tsai, K. H., & Liao, Y. C. (2017). Innovation capacity and the implementation of eco-innovation: Toward a contingency perspective. *Business Strategy and the Environment*, 26(7), 1000–1013.
- Woodman, R. W., Sawyer, J. E., & Griffin, R. W. (1993). Toward a theory of organizational creativity. *Academy of Management Review*, 18(2), 293–321.
- Yoo, S., Jeong, S., Song, J. H., & Bae, S. (2020). Transformational leadership and knowledge creation practices in Korean and US schools: knowledge assets as mediators. *Knowledge Management Research & Practice*, 20(9), 1–13.
- Yu, C., Zhang, Z., Lin, C., & Wu, Y. J. (2017). Knowledge Creation Process and Sustainable Competitive Advantage: The Role of Technological Innovation Capabilities. *Sustainability*, 9(22), 1–16.