

ความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากร  
สถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน)

Employee Engagement and Innovative Behavior of Staff Members  
at Synchrotron Light Research Institute (Public Organization)

พรทิพย์ ไชยฤกษ์\* และขวัญกมล ดอนขวา  
Porntip Charerk\* and Kwunkamol Donkwa

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ABSTRACT

This research on the Employee Engagement and Innovative Behavior of Staff Members at Synchrotron Light Research Institute (Public Organization) aimed to study levels of employee engagement and innovative behavior of the employees, and to examine employee engagement that has an impact on innovative behavior of the employees, at Synchrotron Light Research Institute (Public Organization). Questionnaires were dispatched to 156 staff members and the data were statistically analyzed by the Mean and Stepwise Multiple Regression Analysis.

Results of the study indicated that the employees at Synchrotron Light Research Institute (Public Organization) showed a 'much' level of employee engagement, with the mean of 4.26, covering the employee engagement in areas of affective, behavior and cognitive, which had the mean of 4.36, 4.21 and 4.19 respectively. The employees at Synchrotron Light Research Institute (Public Organization) showed a 'much' level of innovative behavior, with the mean of 4.06, covering the innovative behavior in areas of opportunity exploration, generativity, championing, and application, which had the mean of 4.21, 4.12, 4.01, and 3.90, respectively. The results also revealed that the factor of employee engagement concerning cognitive and behavior had different levels of impact on the innovative behavior in areas of opportunity exploration, generativity, championing, and application. The employee engagement concerning cognitive of the employees showed a 'most' level of an impact on the innovative behavior in an area of application ( $\beta = 0.527$ ) and a 'least' level of impact on the innovative behavior in an area of opportunity explorativity ( $\beta = 0.339$ ), whereas the employee engagement concerning behaviors had a 'most' level of impact on the innovative behavior in an area of opportunity exploration ( $\beta = 0.417$ ) and a 'least' level of impact on the innovative behavior in an area of application ( $\beta = 0.246$ ). However, the factor of employee engagement concerning affective of the employees had no impact on the overall innovative behavior of the employees.

ARTICLE INFO

Article history:

Received 26 February 2013

Received in revised form

24 April 2013

Accepted

Available online

20 December 2014

Keywords:

Employee Engagement

(ความผูกพันต่อองค์กรของ  
บุคลากร)

Innovative Behavior

(พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์  
ของบุคลากร)

Synchrotron Light Research  
Institute (Public Organization)

(สถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน  
(องค์การมหาชน))

\* ผู้เขียนที่ให้การติดต่อ

E-mail address: porntip.shrm@gmail.com

## บทคัดย่อ

การศึกษาความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กร ระดับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากร และเพื่อศึกษาถึงความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร ที่มีผลต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน) โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากบุคลากรสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน) จำนวน 156 คน นำมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน) มีระดับความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 โดยมีความผูกพันต่อองค์กรด้านความรู้สึกด้านพฤติกรรม และด้านการรับรู้ ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 4.21 และ 4.19 ตามลำดับ และบุคลากรสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน) มีระดับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 โดยมีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการแสวงหาโอกาสด้านความคิดริเริ่ม ด้านผู้นำทางความคิด และด้านการประยุกต์ใช้ ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 4.12 4.01 และ 3.90 ตามลำดับ สำหรับปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร ด้านการรับรู้และด้านพฤติกรรม มีผลกระทบต่อปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการแสวงหาโอกาส ด้านความคิดริเริ่ม ด้านผู้นำทางความคิด และด้านการประยุกต์ใช้ โดยความผูกพันต่อองค์กรด้านการรับรู้ของบุคลากร มีผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการประยุกต์ใช้มากที่สุด ( $\beta = 0.527$ ) และมีผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการแสวงหาโอกาสน้อยที่สุด ( $\beta = 0.339$ ) ความผูกพันต่อองค์กรด้านพฤติกรรมของบุคลากร มีผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการแสวงหาโอกาสมากที่สุด ( $\beta = 0.417$ ) และมีผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการประยุกต์ใช้น้อยที่สุด ( $\beta = 0.246$ ) สำหรับความผูกพันต่อองค์กรด้านความรู้สึกไม่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์โดยรวมและด้านอื่น ๆ ของบุคลากรสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน)

## บทนำ

ปัจจุบันความสำเร็จขององค์กรนั้นต้องอาศัยปัจจัยนำเข้าที่สำคัญคือทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ โดยทรัพยากรมนุษย์ถือว่าเป็นปัจจัยทางการบริหารที่สำคัญที่จะทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย โดยองค์กรจะประสบความสำเร็จได้นั้นการทำงานของบุคลากรด้วยความผูกพันต่อองค์กรถือว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อผลสำเร็จขององค์กร โดยหากบุคลากรมีความผูกพันต่อองค์กรสิ่งที้องค์กรจะได้มากกว่างานก็คือ ความทุ่มเท การอุทิศตนเพื่อองค์กร ความเป็นส่วนหนึ่งของมันและกันระหว่างชีวิตส่วนตัวกับชีวิตการทำงาน การนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ได้อย่างต่อเนื่องขององค์กร ส่งผลให้องค์กรเติบโตและประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน (Meyer and Allen, 1991) สำหรับลักษณะที่แสดงออกของบุคลากรผู้มีความผูกพันต่อองค์กรจะมี 3 ด้านที่สำคัญ คือ ด้านการรับรู้ (Cognition) ด้านความรู้สึก (Affective) และด้านพฤติกรรม (Behavior) (International Survey Research, 2004) โดยการแสดงออกทั้ง 3 ด้านดังกล่าวสามารถทำให้องค์กรมีการบริหารจัดการที่เกิดประสิทธิผลสูงสุดจนไปสู่การสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ จนเกิดเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Mary Welch, 2011)

ในการที่องค์กรมีบุคลากรที่มีความผูกพันต่อองค์กรนั้นจะส่งผลให้บุคลากรมีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ โดยที่พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์เป็นพฤติกรรมที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งในองค์กรยุคใหม่ที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยการกระทำหรือแสดงออกของบุคคลในการคิดสร้างสรรค์

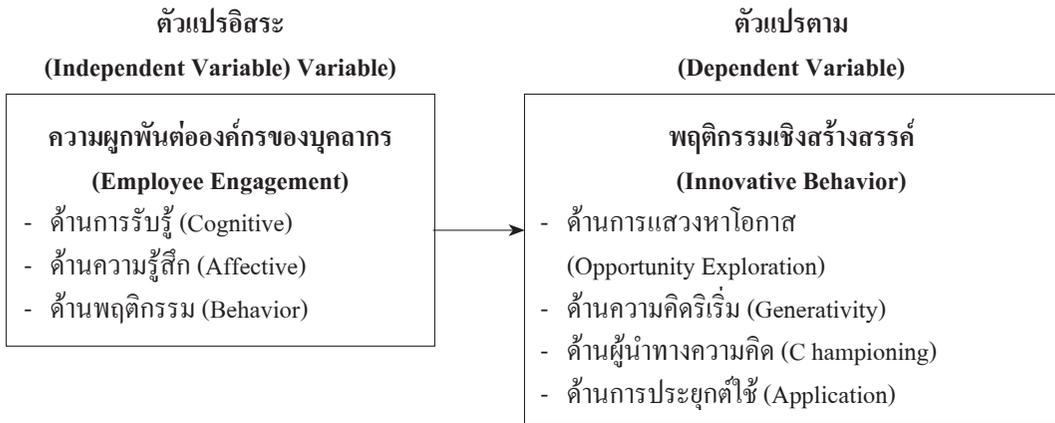
แนะนำและทดลองสิ่งใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ไปใช้ในองค์กร 4 ด้านคือ ด้านการแสวงหาโอกาส (Opportunity Exploration) ด้านความคิดริเริ่ม (Generativity) ด้านการเป็นผู้นำทางความคิด (Championing) และด้านการประยุกต์ใช้ (Application) (Kleysen and Street, 2001) ดังนั้นองค์กรจึงจำเป็นต้องมีการคิดค้นวิธีการทำงานกระบวนการใหม่ ๆ เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรให้ดียิ่งขึ้นโดยการสร้างสรรค์นวัตกรรมมาใช้ในการทำงาน และมีการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น นวัตกรรมยังเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ช่วยในการส่งเสริมให้เกิดการบริการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเป็นการช่วยยกระดับขององค์กรให้ดีขึ้นอีกด้วย โดยผลการวิจัยของ The Gallup (2554 อ้างถึงในทวี บุตรสุนทร, 2554) พบว่า การที่บุคลากรไม่มีความผูกพันต่อองค์กรจะไม่ส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากร

ในการวิจัยเรื่องความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์กรมหาชน) นั้นได้นำแนวคิดของ International Survey Research (2004) และ Terje Slatten (2011) มาทำการศึกษาโดยการศึกษาได้นำสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์กรมหาชน) เป็นกรณีศึกษาในเรื่องดังกล่าว เนื่องจากสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์กรมหาชน) ภายใต้งำกับของกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีบทบาทเป็นสถาบันวิจัยกลางของประเทศ มีวิสัยทัศน์เป็นศูนย์กลางความเป็นเลิศทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ด้านแสงซินโครตรอนในระดับเอเชีย (สถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน, 2555) ในการวิจัยดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กร ระดับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากร และเพื่อศึกษาถึงความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรที่มีผลต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายคือบุคลากรที่ปฏิบัติงาน จำนวน 156 คน ผลการวิจัยสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการองค์กร และความสามารถในการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ตลอดจนจะทำให้องค์กรได้ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและส่งเสริมให้บุคลากรมีพฤติกรรมความคิดสร้างสรรค์ต่อไป

### ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์กรมหาชน) เป็นการวิจัยที่เก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับวิเคราะห์โดยใช้แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากบุคลากรที่ปฏิบัติงาน ณ สถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์กรมหาชน) เพื่อนำไปสู่การศึกษาที่ตอบสนองวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม (International Survey Research, 2004) และตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ด้านการแสวงหาโอกาส ด้านความคิดริเริ่ม ด้านผู้นำทางความคิด และด้านการประยุกต์ใช้ (Terje Slatten, 2011)

## กรอบแนวคิดการวิจัย



### ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา : ปรับปรุงมาจาก International Survey Research (2004) และ Terje Slatten (2011)

จากภาพที่ 1 แสดงถึงกรอบแนวคิดความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากร ในภาพรวมแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1. ตัวแปรอิสระคือ ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม และส่วนที่ 2. ตัวแปรตามคือพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากร ประกอบด้วย ด้านการแสวงหาโอกาส ด้านความคิดริเริ่ม ด้านผู้นำทางความคิด และด้านการประยุกต์ใช้

สำหรับปัจจัยที่เป็นตัวแปรอิสระคือปัจจัยความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร โดยการศึกษาวิจัยดังกล่าวได้นำแนวคิดของ International Survey Research (2004) มาเป็นตัวแปรอิสระหรือความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการรับรู้ (Cognition) การที่บุคลากรมีการรับรู้ถึงภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ เข้าใจถึงบทบาทตนเองว่ามีความสัมพันธ์ต่อเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างไร ทราบความคาดหวังขององค์กร คิดว่าบริษัทนี้เป็นนายจ้างที่ดี มีจริยธรรม รับผิดชอบต่อสังคม รับรู้ถึงชื่อเสียงขององค์กรในทางที่ดี 2. ด้านความรู้สึก (Affective) การที่บุคลากรมีความห่วงใยในอนาคตขององค์กรโดยจริงใจ มีความภาคภูมิใจที่จะทำงานเพื่อองค์กร มีความรู้สึกผูกพันกับภาระหน้าที่ที่ทำอยู่มีความเต็มใจที่จะพยายามอย่างสุดความสามารถ เกินกว่าความคาดหมายขององค์กรเพื่อช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ และ 3. ด้านพฤติกรรม (Behavior) การที่บุคลากรพูดถึงองค์กรในทางที่ดีชี้แจงข้อเท็จจริงแทนองค์กรเมื่อผู้อื่นเข้าใจผิด พุดชื่นชมยกย่ององค์กรอยู่เสมอ และพยายามช่วยเหลือองค์กรในทุก ๆ เรื่อง และทุกโอกาสที่สามารถทำได้

ในด้านปัจจัยที่เป็นตัวแปรตามคือปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรโดยการศึกษาวิจัยดังกล่าวได้นำแนวคิดของ Terje Slatten (2011) มาเป็นตัวแปรตามหรือพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากร ประกอบด้วย 4 ด้าน 1. ด้านการแสวงหาโอกาส (Opportunity Exploration) คือการค้นหาโอกาสที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ได้แก่ การพิจารณาและหาโอกาสในการที่จะคิดหรือนำสิ่งใหม่ ๆ ไปใช้ในการทำงาน 2. ด้านความคิดริเริ่ม (Generativity) คือการแสดงออกถึงความสนใจในขั้นต้นในการกำหนดและชี้ว่าสิ่งใหม่ ๆ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับขององค์กร จนกระทั่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ได้แก่ การที่บุคคลมีกระบวนการคิด พิจารณาและอธิบายถึงโอกาสที่จะเกิดความคิดสร้างสรรค์ขึ้น จากนั้นจะต้องจัดลำดับความคิด และแสวงหาถึงความสัมพันธ์หรือความเชื่อมโยงระหว่างแนวคิดใหม่ที่เกิดขึ้นมากับข้อมูลที่เกิดขึ้นจากการทำงาน 3. ด้านการเป็นผู้นำความคิด (Championing) คือผู้ซึ่งมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และสามารถนำความคิดนั้นมาใช้ในการปฏิบัติงานได้รับการสนับสนุนจากองค์กรและเชื่อมั่นของศักยภาพของความคิดใหม่นั้นบุคคลต้องมีการระดม การสนับสนุน มีการชักจูงและโน้มน้าวผู้อื่น ๆ ให้เห็นด้วยกับความคิดใหม่ของตนต้องมีการนำความคิดนั้นไปเผยแพร่ให้กับบุคคลอื่น 4. ด้านการประยุกต์ใช้ (Application) คือ การนำความคิดใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ในการทำงานโดยจะต้องมีการนำไปทดลองประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานประจำมีการปรับปรุงผลการผลิตที่ก่อเกิดจากความคิดสร้างสรรค์นั้นรวมทั้งต้องพยายามทำให้ทุกคนในองค์กรนำผลผลิตนั้นไปใช้ปฏิบัติให้เป็นงานประจำ

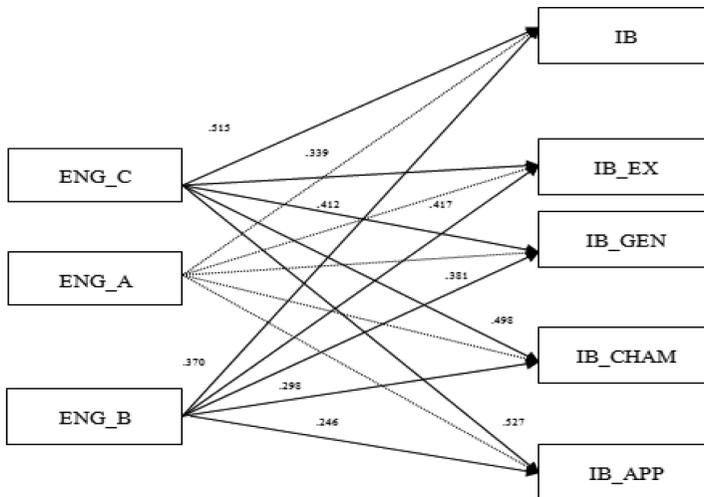
## ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน) เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวิธีการวิจัยแบบเน้นการเก็บข้อมูลเชิงสำรวจ (Survey method) ประชากรเป้าหมายที่ปฏิบัติงานอยู่ ณ สถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน) จำนวน 156 คน ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเครื่องมือดังกล่าวได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) จากผู้เชี่ยวชาญและความน่าเชื่อถือ (Reliability) พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟา (Alpha Coefficient:  $\alpha$ ) ไม่ต่ำกว่า 0.70 (เกียรติสุดา ศรีสุข, 2552)

การวิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงปริมาณ (Quantitative Data) และข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) จากแหล่งข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data Source) และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data Source) ข้อมูลดังกล่าวได้ทำการวิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตลอดจนการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่เป็นองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร ได้แก่ ด้านการรับรู้ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ก่อนการนำไปวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

## ผลการวิจัย

ความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรในสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน) พบว่าบุคลากรสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน) มีความผูกพันต่อองค์กรภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\mu = 4.26$ ) โดยระดับความผูกพันด้านความรู้สึกมีค่าสูงที่สุด ( $\mu = 4.36$ ) รองลงมาคือ ด้านพฤติกรรม ( $\mu = 4.21$ ) และด้านการรับรู้ ( $\mu = 4.19$ ) สำหรับด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\mu = 4.06$ ) โดยมีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์คือ ด้านการแสวงหาโอกาส มีค่าสูงที่สุด ( $\mu = 4.21$ ) รองลงมาคือด้านความคิดริเริ่ม ( $\mu = 4.12$ ) ด้านผู้นำทางความคิด ( $\mu = 4.01$ ) และด้านการประยุกต์ใช้ ( $\mu = 3.90$ ) สำหรับผลการศึกษาคความผูกพันต่อองค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรในสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน) สามารถสรุปได้ตามภาพที่ 2



ภาพที่ 2 สรุปผลความผูกพันต่อองค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน)

ที่มา: จากผลการสำรวจปี 2555 และจากการคำนวณ

จากภาพที่ 2 สามารถเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ได้ดังนี้

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์โดยรวมของบุคลากร =  $.515$  ด้านการรับรู้ +  $.370$  ด้านพฤติกรรม

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการแสวงหาโอกาสของบุคลากร =  $.339$  ด้านการรับรู้ +  $.417$  ด้านพฤติกรรม

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านความคิดริเริ่มของบุคลากร =  $.412$  ด้านการรับรู้ +  $.381$  ด้านพฤติกรรม

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการประยุกต์ใช้ของบุคลากร =  $.298$  ด้านการรับรู้ +  $.527$  ด้านพฤติกรรม

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านผู้นำทางความคิด = .498 ด้านการรับรู้ + .298 ด้านพฤติกรรมของบุคลากร

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการประยุกต์ใช้ = .527 ด้านการรับรู้ + .246 ด้านพฤติกรรมของบุคลากร

จากภาพที่ 2 สามารถสรุปได้ว่าความผูกพันต่อองค์กรด้านการรับรู้และด้านพฤติกรรมของบุคลากรมีผลต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากร สำหรับด้านความรู้สึกละไม่มีผลต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรที่มีต่อองค์กร สรุปได้ตามตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** สรุปความผูกพันต่อองค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน)

ความผูกพันต่อองค์กร ของบุคลากร	พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากร				
	โดยรวม	ด้านการ แสวงหาโอกาส	ด้านความคิด ริเริ่ม	ด้านผู้นำทาง ความคิด	ด้านการ ประยุกต์ใช้
ด้านการรับรู้	✓	✓	✓	✓	✓
ด้านความรู้สึกละ	-	-	-	-	-
ด้านพฤติกรรม	✓	✓	✓	✓	✓

ที่มา: จากผลการสำรวจปี 2555 และจากการคำนวณ

## สรุปผลการศึกษา

จากงานวิจัยสรุปได้ว่าปัจจัยความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร ด้านการรับรู้ และด้านพฤติกรรม มีผลกระทบต่อปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากร ด้านการแสวงหาโอกาส ด้านพฤติกรรมความคิดริเริ่ม ด้านผู้นำทางความคิด และด้านการประยุกต์ใช้ โดยความผูกพันต่อองค์กรด้านการรับรู้ของบุคลากร มีผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการประยุกต์ใช้มากที่สุด และมีผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการแสวงหาโอกาสน้อยที่สุด ดังนั้นผู้บริหารสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน) ควรให้ความสำคัญด้านการรับรู้แก่บุคลากร โดยส่งเสริมความเข้าใจในด้านภาระหน้าที่ที่บุคลากรได้รับมอบหมายจากองค์กร ด้านองค์กรมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในสังคม รวมทั้งสร้างความเข้าใจถึงบทบาทของบุคลากรให้มีความสัมพันธ์กับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร เนื่องจากการที่บุคลากรมีการรับรู้ถึงภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ โดยบุคลากรสามารถรับรู้ถึงความคาดหวังขององค์กร เข้าใจถึงบทบาทของตนเองว่ามีความสัมพันธ์ต่อเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างไร หรืองานนั้น ๆ ช่วยเพิ่มคุณค่าใดแก่องค์กร รวมไปถึงรับรู้ว่าองค์กรนี้มีนโยบายที่ดี มีจริยธรรม รับผิดชอบต่อสังคม รับรู้ถึงชื่อเสียงของ

องค์กรในทางที่ดี เพื่อเสริมสร้างให้บุคลากรเกิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการแสวงหาโอกาส

ความผูกพันต่อองค์กรด้านพฤติกรรมของบุคลากร มีผลกระทบต่อมีผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการแสวงหาโอกาสมากที่สุด และมีผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการประยุกต์ใช้น้อยที่สุด ดังนั้นผู้บริหารสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน) ควรให้ความสำคัญด้านพฤติกรรมแก่บุคลากร โดยหาวิธีการสร้างแรงจูงใจสำหรับบุคลากรที่มีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ เพราะจะทำให้บุคลากรเกิดการแสวงหาโอกาส มีความคิดริเริ่ม สามารถนำไปประยุกต์ใช้ ซึ่งแสดงถึงบุคลากรเป็นผู้นำทางความคิด ส่งเสริมให้บุคลากรช่วยเหลือองค์กรในทุก ๆ เรื่องที่ตนเองมีความสามารถ โดยส่งเสริมด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมซึ่งจะทำให้บุคลากรเห็นถึงความสำคัญต่อแนวคิดด้านการพัฒนาคุณภาพในการปฏิบัติงานระดับบุคคล กลุ่ม และองค์กร เปิดโอกาสให้บุคลากรสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ บุคลากรสามารถชี้แจงข้อเท็จจริงแทนองค์กรเมื่อผู้อื่นเข้าใจผิด และมีความสนใจที่จะทำสิ่งอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากงานประจำของตนเอง อีกทั้งส่งเสริมให้บุคลากรรักษาภาพพจน์และมาตรฐานขององค์กรเสมอ เพื่อเสริมสร้างให้บุคลากรเกิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการประยุกต์ใช้

สำหรับความผูกพันต่อองค์กรด้านความรู้สึกไม่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์โดยรวมและรายด้านของบุคลากรสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน) แสดงว่า บุคลากรรับรู้ถึงนโยบาย ภาระหน้าที่ของสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอนและภาระหน้าที่งานของตนเอง และแสดงพฤติกรรมโดยการปฏิบัติตามนโยบาย กฎ ข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กร โดยไม่แสดงออกซึ่งความรู้สึกว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย จึงแสดงออกเฉพาะการรับรู้และพฤติกรรม ดังนั้นผู้บริหารสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน) ควรให้ความสำคัญในความชัดเจนของทิศทางและกลยุทธ์ขององค์กรด้านความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งจะทำให้บุคลากรในองค์กรมุ่งไปสู่เป้าหมายร่วมกันอย่างสอดคล้อง

### ข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย

การวิจัยเรื่องความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน) นั้นมีข้อเสนอแนะที่น่าสนใจคือ ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบในเรื่องความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรในอุตสาหกรรมหรือธุรกิจประเภทอื่น ๆ ซึ่งอาจจะมีผลของความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ควรทำการศึกษาปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรในประเด็นของบรรยากาศในการทำงาน และวัฒนธรรมภายในองค์กร อย่างไรก็ตามควรมีการศึกษาถึงปัจจัยจูงใจ (Motivation Factor) ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลในการสร้างความพึงพอใจในการทำงาน เช่น ความก้าวหน้าในสายอาชีพ ความสำเร็จ การยกย่อง และศึกษาปัจจัยจำเป็น (Hygiene Factor) ซึ่งเป็น

ปัจจัยที่ป้องกันไม่ให้เกิดความไม่พึงพอใจในการทำงาน เช่น นโยบายขององค์กร ความมั่นคงในงาน ค่าตอบแทน สวัสดิการ สภาพการทำงาน โดยที่ปัจจัยเชิงใจและปัจจัยค้ำจุนดังกล่าวมีผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์กรในด้านการรับรู้ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรมของบุคลากร

### เอกสารอ้างอิง

เกียรติสุดา ศรีสุข. (2552). **ระเบียบวิธีวิจัย**. เชียงใหม่: โรงพิมพ์ศรีทองช่าง.

ทวี บุตรสุนทร. (2554). **แนะนำองค์กรยุคใหม่เน้นนวัตกรรมเพิ่มบทบาทพนักงานเรื่องความคิดสร้างสรรค์ ASTV** ผู้จัดการออนไลน์ [ออนไลน์]. ได้จาก: [http:// www.astv.com](http://www.astv.com)

สถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน). (2555). **ข้อมูลเบื้องต้นของสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน)** [ออนไลน์]. ได้จาก: [http://www.slri.or.th/th/index.php?option=com\\_content&view=category&id=266&Itemid](http://www.slri.or.th/th/index.php?option=com_content&view=category&id=266&Itemid)

International Survey Research. (2004). **Engaged employees drive the bottom line** [Online] Available: <http://www.isrinsight.com/pdf/solutions/Engagement BrochureFinalUS.pdf>

Kleysen R.F., Street, C.T. (2001). Toward a multi-dimensional measure of individual Innovative Behavior. **Journal of Intellectual Capital 2**.

Meyer, J.P., Allen, N.J.(1990). The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and normative Commitment to the Organization. **Journal of Occupational Psychology**. 63(June). Administrative Science Quarterly.

Terje, S. (2011). Antecedents and effects of engaged frontline employees A study from the hospitality industry. **Journal of Managing Service Quality** 21(1): 88-107.

