



บทความวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการนวัตกรรมในองค์กรของอุตสาหกรรมอาหารพร้อมรับประทาน กรณีศึกษาบริษัท ซีพีแรม จำกัด

ภัทร์ วิศิษฎ์วิญญู* สุวรรณนา เทพจิต และ สมนึก วิสุทธิแพทย

ภาควิชาพัฒนารัฐกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์ คณะพัฒนารัฐกิจและอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

* ผู้นิพนธ์ประสานงาน โทรศัพท์ 08 9148 3888 อีเมล: puttwinoyoo@hotmail.com DOI: 10.14416/j.kmutnb.2019.12.007

รับเมื่อ 9 กรกฎาคม 2562 แก้ไขเมื่อ 22 กรกฎาคม 2562 ตอปรับเมื่อ 25 กรกฎาคม 2562 เผยแพร่ออนไลน์ 19 ธันวาคม 2562

© 2020 King Mongkut's University of Technology North Bangkok. All Rights Reserved.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการนวัตกรรมของพนักงานในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารพร้อมรับประทาน โดยดำเนินการวิจัยด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจภาคสนาม เพื่อการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามปลายปิด ซึ่งผ่านการตรวจสอบความแม่นยำตรงเชิงเนื้อหา (IOC) และทดสอบความเชื่อถือได้โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบาค (Cronbach) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ ทดสอบความแปรปรวนภายใน: T-test, F-test (One-Way ANOVA) และวิธีการเปรียบเทียบรายคู่กรณีตามวิธีของ Schaffer การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ผลของการวิจัยพบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นสูงสุดกับด้านนโยบายบริษัทมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านลักษณะของงานที่ทำ และด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ตามลำดับ ลักษณะของกลุ่มประชากรที่ส่งผลให้ผลสำเร็จที่เกิดขึ้นจากการสร้างนวัตกรรมในองค์กรมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ 1) อายุ 2) หน่วยงานที่สังกัด สำหรับตัวแปรความสัมพันธ์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ 1) เพศ 2) การศึกษา 3) ระยะเวลาการปฏิบัติงาน ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการนวัตกรรมขององค์กร พบว่า สมการทำนายดังนี้ Y (การจัดการนวัตกรรม) = $10.218 + 0.440 X_{\text{ด้านนโยบายบริษัท}} + 0.382 X_{\text{ด้านลักษณะของงานที่ทำ}} + 0.803 X_{\text{ด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน}}$

คำสำคัญ: การจัดการนวัตกรรม การยอมรับนวัตกรรม การสร้างนวัตกรรมในองค์กร อุตสาหกรรมอาหารพร้อมรับประทาน

การอ้างอิงบทความ: ภัทร์ วิศิษฎ์วิญญู สุวรรณนา เทพจิต และ สมนึก วิสุทธิแพทย, “ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการนวัตกรรมในองค์กรของอุตสาหกรรมอาหารพร้อมรับประทาน กรณีศึกษาบริษัท ซีพีแรม จำกัด,” วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, ปีที่ 30, ฉบับที่ 2, หน้า 343-350, เม.ย.-มิ.ย. 2563.



The Factors Affecting Innovation Management in Food Industrial Case Study: Cpram Company Limited

Putt Wisidwinyoo*, Suwatana Thapjit and Somnoek Wisuttiapaet

Department of Industrial Business and Human Resource Development, Faculty of Business and Industrial Development, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Bangkok, Thailand

* Corresponding Author, Tel. 08 9148 3888, E-mail: puttwinoo@hotmail.com DOI: 10.14416/j.kmutnb.2019.12.007

Received 9 July 2019; Revised 22 July 2019; Accepted 25 July 2019; Published online: 19 December 2019

© 2020 King Mongkut's University of Technology North Bangkok. All Rights Reserved.

Abstract

The objective of this research is to analyze the factors that affect the innovation management of employees in business organizations, ready-to-eat food industry, conducting research using quantitative research, field survey to analyze the relationship of variables. The tools in research are Closed-end Questionnaire Which has passed the content validity test (IOC) and reliability test by finding the coefficient alpha of Cronbach. By collecting data from a sample of 400 people. Statistics used include Descriptive statistics by finding the frequency, percentage, mean and standard deviation and inferential statistics include internal variance test: T-test, F-test (One-Way ANOVA) and comparison method for Schaffer's method multiple regression. The results of the research showed that Employees have the highest level of opinion with the company policy, followed by Job Description. And the working environment, respectively. The characteristics of the population groups that result in successful results from innovation in the organization are significantly different 1) Age 2) Affiliated Department. For relationship variables, there was no statistically significant difference 1) Gender 2) Education 3) Duration of work. The results of the analysis of factors affecting the organization's innovation management revealed that the predictive equation is as follows:

$$Y (\text{Innovation Management}) = 10.218 + 0.440 X_{\text{company policy}} + 0.382 X_{\text{Job Description}} + 0.803 X_{\text{Working Environment}}$$

Keywords: Innovation Management, Acceptance of Innovation, Innovation in the Organization, Ready-to-eat Food Industry

Please cite this article as: P. Wisidwinyoo, S. Thapjit, and S. Wisuttiapaet, "The factors affecting innovation management in food industrial case study: Cpram company limited," *The Journal of KMUTNB*, vol. 30, no. 2, pp. 343-350, Apr.-Jun. 2020 (in Thai).

1. บทนำ

การปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจใหม่ให้เป็นระบบเศรษฐกิจที่เน้นการสร้างมูลค่า (Value-based Economy) เพื่อพัฒนาประเทศให้มีความมั่นคง มั่นคง และยั่งยืน สู่วิสัยทัศน์ประเทศไทยแลนด์ 4.0 นั้น รัฐบาลได้กำหนดแนวทางดำเนินงานแบบมุ่งเป้าโดยประกาศเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมาย (New Cluster) เป็นกลไกส่งเสริมการปฏิรูปโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้ นโยบายดังกล่าวได้กำหนดให้กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ ได้รับการประกาศให้เป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ นอกจากนี้อุตสาหกรรมอาหารยังเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องภาคการเกษตร ซึ่งเป็นภาคอาชีพหลักของคนไทย อุตสาหกรรมอาหารได้มีบทบาทต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตร เป็นแหล่งรองรับแรงงานส่วนใหญ่ของภาคอุตสาหกรรมและเป็นแหล่งเสริมรายได้ของครัวเรือนเกษตรกรและชุมชนในชนบท

ปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารมีการเปลี่ยนแปลงตามบริบทของสังคม เนื่องจากเวลาในการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบันโดยเฉพาะคนในเมืองที่มีรูปแบบในการใช้ชีวิตแบบที่ไม่ต้องการดูแลการรอบตัวมาก มักจะอาศัยอยู่ในห้องเดี่ยว แทนที่จะอยู่ในบ้านที่มีห้องครัวและเลือกที่จะบริโภคอาหารที่ซื้อจากร้านค้าที่สะดวกและรวดเร็วแทนที่จะประกอบอาหารขึ้นเอง ด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปนี้ได้ทำให้อุตสาหกรรมอาหารต้องเปลี่ยนไปด้วย จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการเติบโตของอุตสาหกรรมอาหารพร้อมรับประทาน

อาหารพร้อมรับประทานคืออาหารที่สามารถรับประทานได้ทันทีหลังจากผ่านขั้นตอนการละลายหรือปรุง มีชื่อเรียกเป็นภาษาอังกฤษว่า Ready to Eat หรือ Ready Meal [1] ซึ่งเกิดขึ้นจากการผสมผสานเทคโนโลยีการถนอมอาหารกับอาหารและเกิดเป็นนวัตกรรมการถนอมอาหาร ทั้งนี้ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติระบุว่านวัตกรรมหรือการสร้างที่สร้างขึ้นจาก “ความรู้” และความคิดสร้างสรรค์ อันก่อให้เกิดประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจและสังคม จากนิยามดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการอาหารพร้อมรับประทานเป็นนวัตกรรมทางอาหารชนิดหนึ่งซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์

ให้กับผู้ประกอบการ ด้วยเหตุนี้ธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารพร้อมรับประทานดำเนินการจัดการนวัตกรรมองค์กรควบคู่กับนวัตกรรมการผลิต

ทั้งนี้ Woodman [2] ได้แนะนำว่าในภาวะที่องค์กรการต้องอยู่ในสภาวะการณ์ที่ไม่แน่นอนหรือต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง การสร้างสรรค์เป็นสิ่งทำให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ที่เรียกว่า “นวัตกรรม” ขึ้นภายในองค์กร หรืออาจเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นภายในองค์กรได้อีกด้วย

พยัต [3] ได้ศึกษานวัตกรรมในฐานะที่เป็นหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนพบว่าตัวแปรหลักที่ควรนำมาศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมคือ ปัจจัยลักษณะสภาพแวดล้อมขององค์กรประกอบด้วย 5 ปัจจัยย่อย ปัจจัยที่มีผลในการก่อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมในองค์กรทรัพยากรมนุษย์ประกอบด้วย 4 ปัจจัยย่อย และปัจจัยด้านการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนความรู้ประกอบด้วย 4 ปัจจัยย่อย

ทรงวิทย์ [4] ได้กล่าวว่า ข้อจำกัดของการสร้างนวัตกรรมอาหารของผู้ประกอบการ ส่วนมากปัญหาของการสร้างนวัตกรรมเกิดจาก “คน” ได้แก่ “วัฒนธรรมองค์กร” และการสนับสนุนของ “ผู้นำน้ององค์กร” การให้สำคัญของการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) และการสร้างนวัตกรรม การจัดการความรู้เดิมที่มีอยู่อย่างเป็นระบบ เพื่อการสร้างความรู้ใหม่ ขาดความรู้ใหม่ๆ จากภายนอก ขาดพนักงานที่เชี่ยวชาญ เงินทุน เครื่องจักร ความสามารถในการรักษามาตรฐานผลิตภัณฑ์ สำหรับประเด็นด้านการบริหารพบว่า การพัฒนาแนวคิดและกำหนดทิศทางการสร้างนวัตกรรมใหม่ การสร้างผลสำเร็จที่เกิดขึ้นจากการสร้างนวัตกรรมในองค์กรนั้นๆ จากผู้บริหาร จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การบริหารจัดการภายในองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการนวัตกรรมองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมอาหารพร้อมรับประทานที่เติบโตอย่างรวดเร็วและกำลังเผชิญหน้ากับความท้าทายต่อการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคและการผลักดันให้เป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายในการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจของไทย

ขณะเดียวกัน Everette [5] ได้เสนอแนะแนวทางการนำนวัตกรรมไปใช้หรือการสร้างการยอมรับนวัตกรรมของบุคคลในช่วงระยะเวลาหนึ่งๆ ว่าเป็นผลจากปัจจัยต่างๆ หลายประการ คือ 1) ปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะของนวัตกรรม 2) ปัจจัยเกี่ยวกับผู้รับนวัตกรรม 3) ปัจจัยทางด้านระบบสังคม 4) ปัจจัยทางการติดต่อสื่อสาร นอกจากนี้พฤติกรรมผลสำเร็จที่เกิดขึ้นจากการสร้างนวัตกรรมในองค์กรของแต่ละบุคคลอาจมีความแตกต่างกันทั้งทางด้านความเร็วของผลสำเร็จที่เกิดขึ้นจากการสร้างนวัตกรรมในองค์กรว่าจะยอมรับช้าหรือเร็วกว่ากัน และยังคงแตกต่างกันเกี่ยวกับจำนวนของผู้รับนวัตกรรมนั้นว่ามีมากหรือน้อย อีกทั้งการคงทนหรือความถาวรในการยอมรับนั้นด้วย ผลของการยอมรับที่จะเกิดขึ้นในลักษณะต่างๆ นี้

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการค้นหาปัจจัยที่มีผลในการก่อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมในองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการนวัตกรรมองค์กรของอุตสาหกรรมอาหารพร้อมรับประทานโดยการศึกษาด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณกรณีศึกษาบริษัท ซีพีแรม จำกัด เนื่องจากเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่ได้มีการดำเนินการพัฒนานวัตกรรมองค์กร และมีผลประกอบการที่ได้รับการยอมรับในสังคม ผลจากการศึกษาอาจจะเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเรียนรู้เป็นแนวทางเพื่อพัฒนานวัตกรรมในองค์กร

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการนวัตกรรมของพนักงานในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารพร้อมรับประทาน

2. วิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มประชากรจะมาจากพนักงานบริษัท ซีพีแรม จำกัด จำนวน 400 คน โดยการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารองค์กรกับปัจจัยด้านผลสำเร็จด้านการจัดการนวัตกรรมองค์กรของอุตสาหกรรมอาหารพร้อมรับประทาน กรณีศึกษา กลุ่มบริษัทซีพีแรม ที่สถานประกอบการตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดำเนิน

กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือ สถานประกอบการที่อยู่ในกลุ่มบริษัท ซีพีแรม จำกัด เนื่องจากกลุ่มบริษัทได้มีนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรม โดยการวิจัยจะมุ่งเน้นไปที่หน่วยงาน 3 หน่วยงาน ได้แก่ ผู้ปฏิบัติงานฝ่ายการผลิต ฝ่ายวิศวกรรม และฝ่ายควบคุมคุณภาพ เพราะบุคคลกลุ่มดังกล่าวได้มีส่วนร่วมใช้ พัฒนา และนำเสนอนวัตกรรมเพื่อพัฒนาการบริหารจัดการในหน่วยงาน ทั้งนี้ จะมีการเก็บข้อมูลของหน่วยงานอื่นๆ อีกรวมอยู่ด้วยจำนวนเล็กน้อย

การสุ่มตัวอย่างเป็นเจ้าหน้าที่ฝ่ายการผลิต ฝ่ายวิศวกรรม และฝ่ายควบคุมคุณภาพของบริษัท ซีพีแรม จำกัด ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน จากประชากร 442 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ที่ผ่านการตรวจสอบความแม่นยำตรงเชิงเนื้อหา ด้วยวิธีหาค่า IOC และหาความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบาค (Cronbach) โดยมีค่า 0.928 อ้างอิงจากกัลยา [6]

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 ช่องทาง คือ

- 1) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการค้นคว้า ทฤษฎีและงานวิจัย
- 2) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการสำรวจข้อมูลภาคสนามผ่านช่องทาง online

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมศาสตร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เพื่อการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร

3. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลในการก่อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมในองค์กรโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรอิสระที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรม ทั้ง 3 ตัว สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามหรือผลสำเร็จที่เกิดขึ้นจากการสร้างนวัตกรรมในองค์กรได้ร้อยละ 78.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน สามารถอธิบายถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมในองค์กรได้ดีที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านนโยบายบริษัท และปัจจัยด้านลักษณะของงานที่ทำ ตามลำดับ ตัวแปรทุกตัวสามารถอธิบายความสำเร็จของผู้ประกอบการได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้ โดยมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในทางบวก กล่าวคือ หากมีการปฏิบัติหรือการดำเนินงานที่ส่งเสริมปัจจัยเหล่านี้ในระดับมาก จะส่งผลให้เกิดขึ้นจากการสร้างนวัตกรรมในองค์กรสูงขึ้นด้วย

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่มีผลจัดการนวัตกรรมในองค์กร

ตัวแปร	b	SE _b	β	t	p
ค่าคงที่	10.218	1.663	-	6.143	0.000
ด้านนโยบายบริษัท	0.440	0.057	0.259	7.715	0.000
ด้านลักษณะของงานที่ทำ	0.382	0.092	0.182	4.137	0.000
ด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน	0.803	0.063	0.530	12.812	

R = 0.888,
R² = 0.788,
SE_{est} = 5.55475,
F = 489.903 (p < 0.001)

ทั้งนี้ จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงาน ด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน และภาวะผู้นำบริหาร สามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลในการก่อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมในองค์กรได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

1. สมการพยากรณ์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลในการก่อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมในองค์กรในรูปแบบคะแนนดิบ

แสดงได้ดังสมการที่ (1)

$$Y = 10.218 + 0.440 X_{\text{ด้านนโยบายบริษัท}} + 0.382 X_{\text{ด้านลักษณะของงานที่ทำ}} + 0.803 X_{\text{ด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน}} \quad (1)$$

2. สมการพยากรณ์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลในการก่อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมในองค์กรในรูปแบบมาตรฐาน แสดงได้ดังสมการที่ (2)

$$Y = 10.218 + 0.259 X_{\text{ด้านนโยบายบริษัท}} + 0.182 X_{\text{ด้านลักษณะของงานที่ทำ}} + 0.530 X_{\text{ด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน}} \quad (2)$$

จากสมการจะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน มีผลต่อผลสำเร็จด้านนวัตกรรมขององค์กรในบริษัท ซีพีแรม จำกัด มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านนโยบายบริษัท และด้านลักษณะของงานที่ทำ ตามลำดับ

4. อภิปรายผลและสรุป

ด้านนโยบายบริษัทพบว่า การรับรู้ของพนักงาน เป็นสิ่งบ่งชี้ว่าพนักงานรับรู้ถึงการมีอยู่และลักษณะของนวัตกรรมมากแค่ไหน โดยใช้การสื่อสารโดยผ่านสื่อทางใดทางหนึ่งเพื่อติดต่อระหว่างผู้ส่งข่าวสารกับผู้รับข่าวสาร โดยผ่านสื่อหรือตัวกลางใดตัวกลางหนึ่งที่นวัตกรรมนั้นแพร่กระจายจากแหล่งกำเนิดไปสู่ผู้ใช้หรือผู้รับนวัตกรรม เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท ข่าวสารที่บริษัทส่งให้ จากแผ่นพับหรือใบประกาศ หรือจากการสื่อสารปากต่อปาก ส่งผลให้พนักงานเข้าหานวัตกรรมและแพร่กระจายต่อไปยังคนใกล้ชิดตามทฤษฎีของ Everett [5] ที่กล่าวว่า วิธีการสื่อสาร (Types of Communication) เป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีผลต่อการแพร่กระจายของนวัตกรรม และสอดคล้องกับงานวิจัยของวรธรรม และคณะ [7] ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “อิทธิพลของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กรรัฐวิสาหกิจ ที่มีต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และองค์กรแห่งนวัตกรรม” พบว่า

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กรรัฐวิสาหกิจไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ภาวะผู้นำ ต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ผ่านวัฒนธรรมองค์กร ต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ผ่านการจัดการความรู้ โดยส่งอิทธิพลทางบวก ต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมผ่านวัฒนธรรมองค์กร และมีอิทธิพลทางตรงต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม โดยส่งอิทธิพลทางบวก

ทัศนคติของพนักงานต่อนโยบายด้านนวัตกรรมขององค์กร หมายถึง ความคิดของพนักงานที่มีต่อนโยบายบริษัท ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดว่าผู้รับนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กันอย่างไรกับสังคมที่เขาทำงานอยู่ มีการส่งเสริมกันหรือขัดแย้งกัน ในการสร้างนวัตกรรม ตามทฤษฎีการแพร่กระจายของนวัตกรรมของ Everett [5] ว่าระบบสังคมจะมีอิทธิพลต่อการแพร่กระจายและการรับนวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของคิวินท์ [8] ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง “การจัดการนวัตกรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรมขององค์กร” พบว่า หากผู้บริหารต้องการที่จะให้พนักงานเป็นมนุษย์ที่มีคุณค่าระดับสูงแล้วจะต้องทำให้พนักงานมีความพึงพอใจทั้งภายนอกและภายใน โดยเฉพาะพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ มีความคิดสร้างสรรค์ แต่อย่างไรก็ตาม ความพึงพอใจไม่ได้มีผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานโดยตรงแต่มีผลต่อการเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่าก็แล้วค่อยส่งต่อไปยังพฤติกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรมของพนักงาน หรือกล่าวได้ว่าพนักงานคนนั้นจะต้องมีความต้องการที่จะเป็นพนักงานที่มีประสิทธิภาพขององค์กรเสียก่อนจึงจะส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมได้

ผลการวิจัยยังพบว่า พฤติกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรมของพนักงานไม่ได้มีปัจจัยที่พนักงานเท่านั้น องค์กรก็มีส่วนในการทำให้พนักงานมีพฤติกรรมสร้างสรรค่นวัตกรรมเช่นกัน ถึงแม้จะน้อยกว่าปัจจัยส่วนบุคคลก็ตาม ภาวะผู้นำมีผลค่อนข้างเป็นบวกต่อบรรยากาศการสร้างนวัตกรรม [8]

สอดคล้องกับงานวิจัยของกนกวรรณ [9] เรื่อง “การศึกษาปัจจัยสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมองค์กร บริษัท ธนาคารพาณิชย์” งานวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

อิสระ (Independent Variable) ได้แก่ 1) โครงสร้างองค์กร (Organization Structure) 2) วิสัยทัศน์/พันธกิจ/เป้าหมาย (Vision/Mission/Goal) 3) แรงจูงใจ (Motivation) 4) องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) 5) ทรัพยากร (Resource) 6) วัฒนธรรมองค์กร (Culture) 7) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) 8) ผู้นำ (Leadership) กับตัวแปรตาม (Dependent Variable) ปัจจัยด้านนวัตกรรมองค์กร (Organization Innovation) ส่งผลกระทบต่อนวัตกรรม (Innovation) อย่างมีนัยสำคัญ ที่สามารถเอื้อต่อการสร้างนวัตกรรม ในความสัมพันธ์เชิงตรงในรูปแบบ Path Analysis ร้อยละ 53

สอดคล้องกับงานวิจัยของวุฒิพงษ์ [10] ซึ่งได้ศึกษาหัวข้อ “การศึกษาคุณลักษณะขององค์กรนวัตกรรม: กรณีศึกษาองค์กรที่ได้รับรางวัลด้านนวัตกรรม” ได้ผลสรุปว่า “องค์กรนวัตกรรม” นั้น สามารถให้ความหมายได้ 2 อย่าง คือ 1) องค์กรที่สามารถปรับเปลี่ยน ปรับปรุงหรือพัฒนาสินค้า บริการ ตลอดจนแนวคิด วิธีการทำงาน และกระบวนการให้ดีขึ้น เร็วขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า 2) องค์กรที่ประกอบไปด้วยปัจจัยสนับสนุน ที่ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมในองค์กร ปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ คนที่มีความคิดสร้างสรรค์ วัฒนธรรมองค์กร วิธีการบริหารงาน และกลยุทธ์องค์กร ซึ่งนักวิชาการส่วนใหญ่ได้ให้ความหมายสอดคล้องกับความหมายที่สองว่า องค์กรนวัตกรรม คือ องค์กรที่มีระบบภายในองค์กรหรือสภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่สนับสนุนให้คนคิด ลองทำ และสร้างนวัตกรรม

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารองค์กรกับปัจจัยด้านผลสำเร็จการจัดการนวัตกรรม องค์กรผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นสูงสุดกับด้านนโยบายบริษัทมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96 รองลงมา ได้แก่ ด้านลักษณะของงานที่ทำ และด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.77 และ 3.71 ตามลำดับ ในด้านนโยบายบริษัทส่วนที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นที่สำคัญที่สุดคือ “การบริหารค่าตอบแทนมีส่วนสนับสนุนต่อ

การพัฒนานวัตกรรมในองค์กร” โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.07 แสดงให้เห็นว่านโยบายการมุ่งใจด้วยค่าตอบแทนส่งผลมากที่สุด จากผลการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าควรเพิ่มผลสำเร็จด้านการจัดการนวัตกรรมของพนักงานเป็นเกณฑ์ประเมินผลการปฏิบัติงานเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสายอาชีพหรือเป็นเกณฑ์พิจารณาสำหรับการเลื่อนขั้นตำแหน่งให้กับนวัตกรรม ทั้งนี้ อาจกำหนดเกณฑ์ว่าหากพนักงานประกวดนวัตกรรมได้รางวัลติดต่อกันหลายปีอาจจะมีการเพิ่มพิเศษเพื่อพิจารณาตำแหน่งงาน ซึ่งจะส่งผลให้ได้รับค่าตอบแทนหลักหรือเงินเดือนปรับฐานและสามารถงบบุคลากรที่มีความสามารถให้อยู่กับองค์กรระยะยาว

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นด้านปัจจัยด้านการบริหารองค์กรจำแนกตามลักษณะทางประชากร โดยมุ่งเน้นด้านที่ส่งผลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ อายุ และหน่วยงานที่สังกัด สามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านอายุ มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุดในด้านพัฒนาการของพนักงาน ที่ค่าเฉลี่ย 3.96 โดยช่วงอายุที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุดคือ 26-30 ปี ที่ค่าเฉลี่ย 4.14 ซึ่งเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ แล้ว พบว่า ช่วงอายุนี้นี้จะมีระดับความคิดเห็นที่สูงที่สุดเสมอไม่ว่าจะเป็นด้านลักษณะของนวัตกรรม การรับรู้ของพนักงาน การทำความเข้าใจของพนักงาน หรือทัศนคติของพนักงานต่อนโยบายด้านนวัตกรรมขององค์กร ผลการวิจัยจึงแปลได้ว่าช่วงอายุ 26-30 ปี คือช่วงอายุที่แสดงผลตอบรับกับการจัดการนวัตกรรมในองค์กรมากที่สุด สำหรับประเด็นด้านอายุ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การแพร่กระจายนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพควรให้ทุกช่วงวัยมีการรับรู้ที่เท่าเทียมกัน และเพื่อให้เกิดการแพร่กระจายนวัตกรรมที่เท่าเทียม ผู้วิจัยเห็นว่าควรใช้วิธีการปรับพฤติกรรมโดยการสร้างทีมพัฒนานวัตกรรมที่มีความหลากหลายของช่วงวัย การพัฒนาระบบที่ช่วยน้อง น้องช่วยพี่เพื่อส่งเสริมการสื่อสารข้อมูลเชิงนวัตกรรมระหว่างพนักงานที่มีความแตกต่างของช่วงวัยและวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมโดยการให้รางวัลทีมงานแห่งความแตกต่างที่มีผลงานโดดเด่นเพื่อส่งเสริมให้เรียนรู้และอยู่ร่วมกันของผู้มีความแตกต่างของช่วงวัย

ด้านหน่วยงานที่สังกัด มีระดับความคิดเห็นสูงสุดและมีผลทำให้ผลของการจัดการด้านนวัตกรรมต่างกัน คือ ด้านลักษณะของนวัตกรรม อยู่ที่ค่าเฉลี่ย 3.87 โดยหน่วยงานที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุดคือฝ่ายผลิต อยู่ที่ 4.01 ซึ่งเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ แล้ว พบว่า หน่วยงานนี้จะมีระดับความคิดเห็นที่สูงที่สุดเสมอไม่ว่าจะเป็น การรับรู้ของพนักงาน การทำความเข้าใจของพนักงาน หรือทัศนคติของพนักงาน ต่อนโยบายด้านนวัตกรรมขององค์กร ผลการวิจัยจึงสามารถแปลได้ว่าฝ่ายผลิตเป็นหน่วยงานที่แสดงผลตอบรับกับการจัดการนวัตกรรมในองค์กรมากที่สุด เพื่อให้เกิดการแพร่กระจายนวัตกรรมซึ่งจะส่งผลสำเร็จให้กับการจัดการนวัตกรรมขององค์กรระหว่างแผนก อาจจะส่งเสริมการเรียนรู้ข้ามสายงานด้วยการจัดโปรแกรม Training the Trainer โดยให้สายงานที่มีผลงานด้านนวัตกรรมที่ดี ได้เป็นที่เลี้ยงหรือโค้ชให้กับสายงานอื่นๆ และอาจจะส่งเสริมให้เกิดแรงงูใจในการถ่ายทอด อาจจะสร้างรางวัลนวัตกรรมต้นแบบให้กับโค้ชหรือเทรนเนอร์ที่สอนงานให้กับทีมงานอื่นๆ และสามารถผลักดันลูกทีมให้ได้รางวัลในการประกวดนวัตกรรม กลไกนี้ถือเป็นการจัดการความรู้ภายในองค์กรอีกด้วย

ผลจากการวิเคราะห์ความสำคัญของตัวแปรพบว่า ด้านสภาพแวดล้อมเป็นด้านที่ส่งผลกระทบต่อผลสำเร็จด้านการจัดการนวัตกรรมองค์กรมากที่สุด โดยดูจากค่าตัวแปร b สามารถแปลผลได้ว่าองค์กรควรส่งเสริมให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมในองค์กรจะเห็นผลมากที่สุด แม้ว่าสภาพแวดล้อมจะเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการจัดการนวัตกรรม แต่การพัฒนาสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมกับการขับเคลื่อนองค์กรนวัตกรรมให้เกิดกับองค์กรต้องได้รับการสนับสนุนจากนโยบายหรือผู้บริหารระดับสูง เนื่องจากนโยบายจะส่งผลต่อลักษณะการทำงานของพนักงานและสิ่งแวดล้อม นโยบายจึงเป็นเครื่องมือของผู้บริหารที่จะใช้จัดการกับปัจจัยอื่นๆ ขององค์กร ด้วยเหตุนี้ องค์กรอาจจะจัดระบบข้อเสนอแนะสำหรับการส่งเสริมพัฒนาการนวัตกรรมโดยการสำรวจความคิดเห็นและนำความคิดเห็นดังกล่าวเสนอกับผู้บริหารระดับสูงเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบาย



การวิจัยนี้มีการศึกษาเฉพาะบริษัท ซีพีแรม จำกัด จึงมีความเหมาะสมที่จะใช้กับองค์กรที่มีบริบทเดียว หากต้องการได้งานวิจัยด้านนี้ที่สมบูรณ์มากขึ้นควรจะทำการศึกษาในรูปแบบเดียวกันนี้กับองค์กรอื่นๆ ที่มีรูปแบบต่างจากซีพีแรมเพื่อใช้เปรียบเทียบ และงานวิจัยยังขาดการศึกษาในเชิงคุณภาพซึ่งจำเป็นต้องใช้เครื่องมือ เช่น การสัมภาษณ์ หรือคำถามแบบอัตโนมัติในการสำรวจ

เอกสารอ้างอิง

- [1] Thai Frozen-Food Associate. (2019, February). *Ready-to-Eat*. Thai Frozen Foods Association. Bangkok, Thailand [Online]. Available: <https://thai-frozen.or.th/index.php/product-gallery/ready-to-eat>
- [2] S. Proyanont, "Leader behaviors and work environments that affect creativity at work: A case study of Thailand's most innovative companies in 2009," *NIDA Development Journal*, vol. 52, no. 3, pp. 193–214, 2009 (in Thai).
- [3] P. Wutthirong, "Organizational innovativeness conceptual framework : Integration of resource based view and learning organization concept," *NIDA Development Journal*, vol. 54, no. 1, pp. 21–48, 2014 (in Thai).
- [4] S. Hongprapat, "Development of ready-to-eat food innovation of health," presented at the 13th NSTDA Annual Conference, Pathum Thani, Thailand, 2017.
- [5] E. M. Rogers, *Diffusion of Innovations*, 3th ed. New York : Free Press of Glencoe, 1983.
- [6] K. Vanichbuncha, *How to Use SPSS for Windows to Analyze Data*, 6th ed. Bangkok: Chulalongkorn University Book center, 2003 (in Thai).
- [7] W. Phongsichomphu, O. Natakuaotoong, and W. Kaemkate, "Effects of state enterprises information technology utilization on being a learning organization and an innovative organization," *Journal of Interdisciplinary Research: Graduate Studies*, vol. 4, no. 3, pp. 57–59, 2015 (in Thai).
- [8] S. Sivapitak, N. Srilvoravilal, and A. Na Ubon, "Innovation management of business organization affecting employees' innovative work behavior," *BU Academic Review*, vol. 11, no. 1, pp.190–204, 2012 (in Thai).
- [9] K. Poomai, "A study of supporting factors for creating organizational innovation in the context of commercial banks," M.S. thesis, Department of Technical Technology, College of Innovation, Thammasat University, 2016 (in Thai).
- [10] W. Pakdeelao, "The study of characteristics of innovative organization: Case studies from awarded organizations," M.S. thesis, Faculty of Human Resources Development, National Institute of Development Administration, 2011 (in Thai).