

ตัวแบบปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อการบริหารองค์กรนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจค้าปลีกแห่งหนึ่ง

ณัฐวุฒิ ว่องทรัพย์ทวี*, สมยศ อวเกียรติ และ สานิต ศิริวิศิษฐ์กุล

คณะรัฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

*Corresponding author e-mail: nuttawutwon@pim.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการบริหารองค์กรตามแนวทางองค์กรนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจค้าปลีกแห่งหนึ่ง ใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นบุคลากรขององค์กรธุรกิจค้าปลีกแห่งหนึ่ง จำนวน 399 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความแปร ความโต่ง และใช้โมเดลสมการโครงสร้างในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ผลการวิจัยพบว่าแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเกณฑ์ทุกค่า โดยมีค่าทางสถิติ $CMIN/df = 1.897$, $GFI = 0.959$, $NFI = 0.986$, $CFI = 0.993$, และ $RMSEA = 0.047$ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม คือ (1) ปัจจัยด้านผู้นำส่งผลต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อม มีอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.70 (2) ปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ส่งผลทางตรงต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม มีอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.60 (3) ปัจจัยด้านองค์กรส่งผลทางอ้อมต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม มีอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.42 และ (4) ปัจจัยด้านการบริหารบุคลากรส่งผลทางอ้อมต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม มีอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.22 ซึ่งจากผลการวิจัยสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์กรนวัตกรรมสำหรับองค์กรด้านธุรกิจค้าปลีกและองค์กรธุรกิจบริการอื่นๆ ได้

คำสำคัญ : ปัจจัยเชิงสาเหตุ, การบริหาร, องค์กรนวัตกรรม



JOURNAL OF INDUSTRIAL EDUCATION

URL : <http://ejournals.swu.ac.th/index.php/jindedu/issue/archive>

JOURNAL OF INDUSTRIAL EDUCATION (ISSN: 1905-9450)

FACULTY OF EDUCATION, SRINAKHARINWIROT UNIVERSITY, Volume 15 No.1 January - June 2021

CAUSAL FACTORS AFFECTING OF INNOVATIVE ORGANIZATION MANAGEMENT IN A RETAIL BUSINESS ORGANIZATION

Nuttawut Wongsuptawee*, Somyos Avakiat and Sanit Sirivisitkul

*Faculty of Political Science,
North Bangkok University*

*Corresponding author e-mail: nuttawutwon@pim.ac.th

Abstract

The objectives of this research were to study causal factors affecting of innovative organization management in a retail business organization. The data were collected by online questionnaires from a sample group of 399 personnel in a retail business organization, and used simple random sampling methodology. The statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, skewness value, kurtosis, and structural equation model was used to analyze causal relationships to find the path of the causal influence of the variables. The results revealed that the structural relationship model showed that the goodness-of-fit index is consistent with the empirical data on all specified criteria. The statistical values were $CMIN/df = 1.897$, $GFI = 0.959$, $NFI = 0.986$, $CFI = 0.993$ and $RMSEA = 0.047$. The influential factors affecting being an innovative organization were (1) the leader factor directly and indirectly affected being an innovative organization, total effect equal 0.70, (2) learning organization factors only has direct effect to being an innovative organization, total effect equal 0.60, (3) organization factor indirectly affected being an innovative organization, total effect equal 0.42, and (4) personnel management factor indirectly affects being an innovative organization, total effect equal 0.22. The research results can be applied for managing innovative organization in a retail business organizations and other service business organizations.

Keywords : Causal Factors, Management, Innovative Organization

บทนำ

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ผู้ประกอบการและองค์กรธุรกิจต่างมุ่งแสวงหาโอกาสในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการของตน ไม่ว่าจะเป็นการสร้างรายได้เปรียบมากกว่าคู่แข่งชั้นในตลาดเดิมเพื่อสร้างยอดขายที่มากขึ้น หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าเป้าหมายทั้งในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งตั้งแต่ปี ค.ศ. 1950 เป็นต้นมา องค์กรส่วนใหญ่ได้นำกลยุทธ์และวิธีการที่หลากหลายมาใช้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กรในด้านต่างๆ เช่น ประสิทธิภาพ (Efficiency) คุณภาพ (Quality) ความยืดหยุ่น (Flexibility) เป็นต้น โดย “นวัตกรรม” ได้ถูกยกเป็นคำตอบทางกลยุทธ์สำคัญอีกประการหนึ่งที่องค์กรส่วนใหญ่ให้ความหวังว่าจะเป็นทั้ง “ทางรอดและการเติบโต” ให้กับธุรกิจได้ ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่รุนแรงและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่รวดเร็ว (Merx-Chermin และ Nijhof, 2005; สุรเดช จงวรรณศิริ, 2562)

แนวคิดเรื่องนวัตกรรม จึงเป็นสิ่งที่องค์กรนำมาใช้ในการแข่งขันเพื่อให้การดำเนินการต่างๆ สามารถสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ๆ หรือวิธีการใหม่ๆ ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าและสร้างแรงจูงใจให้กับลูกค้า โดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อความมั่งคั่งในการดำเนินธุรกิจ (Drucker, 2002) ซึ่งแนวคิดเรื่องนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจหลายแห่งที่ประสบความสำเร็จ และได้มีการนำมาศึกษาจนเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางเป็นจำนวนมาก กรณีศึกษาเหล่านี้ได้กลายเป็นบทเรียนให้แก่ธุรกิจอื่นๆ เช่น กรณีศึกษาของบริษัท IBM, Apple, Microsoft, Hewlett Packard, Toyota เป็นต้น ธุรกิจเหล่านี้ได้นำการจัดการด้านนวัตกรรมมาใช้ในธุรกิจของตน ทำให้ธุรกิจเจริญก้าวหน้าและประสบความสำเร็จจนกลายเป็นผู้นำทางธุรกิจที่มีความมั่นคง ส่งผลให้องค์กรสามารถสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันในโลกธุรกิจปัจจุบันและอนาคต ดังนั้นผู้บริหารองค์กรจึงมีความต้องการที่จะสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นภายในองค์กรของตน โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือการพัฒนาองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรม (Innovative Organization)

องค์กรธุรกิจค้าปลีกที่ทำการศึกษาวิจัย เป็นบริษัทมหาชนจำกัด ประกอบธุรกิจหลักคือร้านสะดวกซื้อ นอกจากนี้ยังประกอบธุรกิจต่างๆ ที่สนับสนุนธุรกิจหลักขององค์กร เช่น ธุรกิจเป็นตัวแทนรับชำระค่าสินค้าและบริการ ธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสำเร็จรูปและเบเกอรี่ ธุรกิจจำหน่ายและซ่อมแซมอุปกรณ์ค้าปลีก เป็นต้น

องค์กรธุรกิจค้าปลีกที่ทำการศึกษาวิจัยมีแผนขยายสาขาเพิ่มขึ้นปีละประมาณ 700 สาขา เพื่อมุ่งสู่เป้าหมาย 13,000 สาขา ภายในปี 2564 และมุ่งเน้นกลยุทธ์การเป็นร้านอิมสะดวกของคนไทย โดยให้ความสำคัญกับอาหารพร้อมรับประทานที่สด สะอาด ปลอดภัย และการพัฒนาสินค้าใหม่ร่วมกับคู่ค้า เพื่อนำเสนอสินค้าใหม่ที่หลากหลาย โดย ณ สิ้นปี พ.ศ. 2562 องค์กรมีร้านสาขาทั่วประเทศรวม 11,712 สาขา

องค์กรธุรกิจค้าปลีกที่ทำการศึกษาวิจัยได้เริ่มส่งเสริมวัฒนธรรมนวัตกรรมมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 จากกิจกรรมการเพิ่มผลผลิต ในช่วงที่องค์กรต้องเจอกับวิกฤตเศรษฐกิจต้มยำกุ้ง โดยเกิดเป็นเวทีเล็กๆ ที่เรียกว่า “แอนท์มิชชั่น (Ant Mission)” เป็นการรวมบุคลากรที่อยู่หน้างานมาช่วยกันคิดว่าจะปรับปรุงงานประสิทธิภาพในหน่วยงานตนเองและประหยัดค่าใช้จ่ายได้อย่างไร เช่น กรณีการลดความยาวของใบเสร็จรับเงิน ซึ่งสามารถลดค่าใช้จ่ายและปริมาณการใช้กระดาษให้กับองค์กรได้จำนวนมาก ต่อมาในปี พ.ศ. 2550 เริ่มเกิดเวทีการประกวดนวัตกรรมอย่างเต็มรูปแบบ ที่เรียกว่า “โครงการ President Award” จากนั้นในปี พ.ศ. 2551 จึงเกิดเวทีประกวดนวัตกรรมของร้านสาขา ที่ใช้ชื่อว่า “โครงการปลาฝูงใหญ่” ทำให้ร้านสาขาทั่วประเทศมีการคิดค้น “นวัตกรรม” ส่งเข้าร่วมการประกวดผลงานทุกปี และในปี พ.ศ. 2552 บริษัทได้ประกาศนโยบายเรื่อง “การมุ่งสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม” ภายใต้คำขวัญที่ว่า “นวัตกรรมสร้างปัญญา เพิ่มคุณค่า ทำได้จริง” ซึ่งมีความหมายว่า “การสร้างนวัตกรรมไม่ใช่เป็นเพียงแต่ความคิดฝันที่มีคุณค่า แต่ต้องทำความคิดฝันนั้นให้เกิดและเพิ่มคุณค่าได้จริง” และในปี พ.ศ. 2555 เกิด “โครงการ Process Excellence Award” เป็นการประกวดนวัตกรรมที่มุ่งเน้นกระบวนการทำงานของหน่วยงานสนับสนุนและงานภายในสำนักงาน (อรรวรรณ บัณฑิตกุล, 2558)

จากการดำเนินการด้านนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องขององค์กรธุรกิจค้าปลีกที่ทำการศึกษาวิจัย ส่งผลให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรได้มากกว่า 1,000 ล้านบาทต่อปี มีบุคลากรเข้าร่วมโครงการกว่า 50,000 คน มีผลงานกว่า 1,000 โครงการ ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปรับปรุงกระบวนการทำงานต่างๆ และในปี พ.ศ. 2557 องค์กรได้รับการจัดอันดับจาก "ฟอร์บส์ (Forbes)" นิตยสารระดับสากลด้านการเงินและธุรกิจให้เป็นบริษัทของค์กรริเริ่มสร้างสรรค์นวัตกรรมดีเด่นสูงสุดของประเทศไทย และติดอันดับเป็นที่ 8 ของโลก (The World's Most Innovative Companies 2014) ตลอดจนเป็นที่ 2 ของเอเชีย (The 10 Most Innovative Companies in Asia) ซึ่งแสดงถึงความสามารถขององค์กรและพนักงานในการสร้างการเติบโตให้กับธุรกิจ ผ่านการนำเสนอสินค้าและบริการที่เปี่ยมด้วยนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง (อรรวรรณ บัณฑิตกุล, 2558)

ดังนั้นการศึกษาถึงตัวแบบปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อการบริหารองค์กรนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจค้าปลีกที่ทำการศึกษาวิจัย จะทำให้ทราบถึงข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ชัดเจน และทราบว่าปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารองค์กรตามแนวทางองค์กรนวัตกรรม สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการพัฒนาองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรม สำหรับองค์กรด้านธุรกิจค้าปลีกและองค์กรธุรกิจบริการอื่นๆ เพื่อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการบริหารองค์กรตามแนวทางองค์กรนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจค้าปลีกแห่งหนึ่ง

ความสำคัญของการวิจัย

จากผลการวิจัยทำให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการบริหารองค์กรตามแนวทางองค์กรนวัตกรรมสำหรับองค์กรด้านธุรกิจค้าปลีก ซึ่งผู้ประกอบการ ผู้บริหารธุรกิจค้าปลีกหรือธุรกิจบริการอื่นๆ สามารถใช้ผลการวิจัยนำไปประยุกต์เป็นแนวทางในการวางแผนและบริหารจัดการในการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรนวัตกรรม เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

- การศึกษาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับองค์กรนวัตกรรม ทั้งในด้านความหมาย ความสำคัญ หลักการพื้นฐานและปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรมเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย

- การวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ จากกรอบแนวคิดการวิจัยที่มีผลต่อการบริหารองค์กรนวัตกรรม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรขององค์กรธุรกิจค้าปลีกที่ทำการศึกษาวิจัยในตำแหน่งผู้จัดการร้านและผู้ช่วยผู้จัดการเขตที่ผ่านการเข้าร่วมโครงการด้านนวัตกรรม โดยการวิจัยนี้เป็นการทดสอบสมมติฐานและวิเคราะห์ผลการวิจัยด้วยแบบจำลองเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ซึ่งเกณฑ์การเลือกตัวอย่างในการวิเคราะห์คือ ขนาดตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 10 - 20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ (Hair, Black, Babin, และ Anderson, 2010) ทั้งนี้ จำนวนตัวแปรสังเกตได้ในตัวแบบเท่ากับ 17 ตัวแปร ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 340 ตัวอย่าง (17 ตัวแปร x 20 เท่า) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้สามารถเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 399 ชุด ซึ่งใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มรายชื่อบุคลากรเพื่อเก็บข้อมูล

ระยะเวลาการดำเนินการ

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย มกราคม 2562 – ธันวาคม 2563

การทบทวนวรรณกรรม

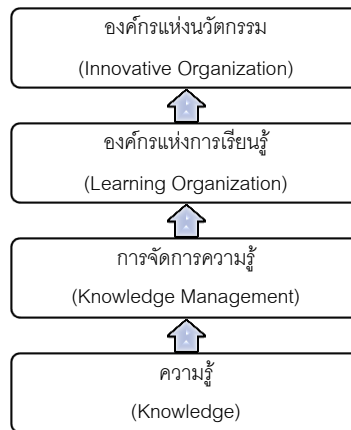
ความหมายของนวัตกรรมและองค์กรนวัตกรรม

นวัตกรรม หมายถึง แนวความคิด การปฏิบัติ หรือสิ่งต่างๆ ที่มีความใหม่และมีการนำมาประยุกต์ใช้ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ อาทิ การสร้างตลาดใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการและบริการใหม่ ซึ่งเป็นการทำในสิ่งที่แตกต่างจากที่ผู้อื่นได้สรรค์สร้าง โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวให้เป็นโอกาส และถ่ายทอดไปสู่สิ่งใหม่ที่เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2553)

องค์กรนวัตกรรม หมายถึง องค์กรรูปแบบใหม่ที่มีการปรับเปลี่ยนลักษณะองค์กรที่สนับสนุนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และบุคลากรในองค์กรมีการเลือกใช้ความคิดใหม่หรือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อพัฒนาเครื่องมือ ระบบกระบวนการ นโยบาย สินค้าหรือบริการที่มีความใหม่ต่อองค์กรและทำให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2553)

หลักการพื้นฐานขององค์กรนวัตกรรม

จากการเปลี่ยนแปลงพลิกผันทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อองค์กรในมิติต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ องค์กรต่างๆ พยายามที่จะแสวงหา แนวคิด วิธีการ และกระบวนการต่างๆ มาพัฒนาปรับปรุงองค์กร เพื่อความอยู่รอด ความเจริญเติบโต ผ่านกระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management) และนำมาบริหารจัดการอย่างเป็นระบบผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันของบุคลากรในองค์กร และขยายไปสู่องค์กรในภาพรวม ทำให้ทั้งองค์กรกลายเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) และใช้ความรู้ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมองค์กร โดยการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพเชิงการแข่งขัน รวมทั้งยกระดับองค์กรหรือธุรกิจสู่สากล ทำให้องค์กรก้าวสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรม (Innovative Organization) ซึ่งสามารถแสดงได้ดังภาพที่ 1 (กิริติ ยศยิ่งยง, 2552)



ภาพประกอบ 1 แสดงพัฒนาการจากการจัดการความรู้และองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่องค์กรแห่งนวัตกรรม
ที่มา: กิริติ ยศยิ่งยง (2552)

จากภาพแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการพัฒนาองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมซึ่งสอดคล้องผลงานทางวิชาการอื่นๆ ที่กำหนดให้องค์กรแห่งการเรียนรู้เป็นปัจจัยหนึ่งของการเป็นองค์กรนวัตกรรมเช่นเดียวกัน เช่น Tidd & Bessant (2009) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2553) กัญจนนิกร กำนินต์ (2555) และ พยัต วุฒิรงค์ (2557) เป็นต้น

สำหรับการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ Senge (2006) ได้ระบุถึงคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่ต้องสร้างให้แก่บุคลากรขององค์กรเพื่อขับเคลื่อนองค์กรไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยมีปัจจัย 5 ประการ ได้แก่ 1) การเป็นบุคคลรอบ

รู้ (Personal Mastery) 2) รูปแบบการคิด (Mental Model) 3) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Shared Vision) 4) การเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม (Team Learning) และ 5) การคิดอย่างเป็นระบบ (System Thinking) ส่วน Marquardt (2011) ได้นำเสนอการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ด้วยตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้เชิงระบบ ประกอบด้วยระบบย่อย 5 ระบบ ได้แก่ การเรียนรู้ องค์กร บุคลากร ความรู้ และเทคโนโลยี ซึ่งจากแนวทางของ Marquardt จะเห็นได้ว่าการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ไม่ได้มีเพียงการสร้างให้องค์กรและบุคลากรขององค์กรเกิดมีความรู้และเกิดพฤติกรรมในการเรียนรู้เท่านั้น แต่ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ได้แก่ ปัจจัยด้านองค์กร ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านบุคลากรที่ประกอบด้วยผู้นำและบุคลากร

จากข้อมูลต่างๆ แสดงให้เห็นว่าการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ประกอบด้วยคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่ต้องสร้างให้แก่บุคลากรขององค์กรตามแนวทางของ Senge ซึ่งประกอบด้วยคุณลักษณะ 5 ประการ ส่วนปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ได้แก่ ปัจจัยด้านผู้นำ ปัจจัยด้านการบริหารบุคลากร และปัจจัยด้านองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วัฒนสิน บุสดี, สุรัชย์ สิกขาบัณฑิต และปัทมา รูปสุวรรณกุล (2558) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ และพบว่าองค์ประกอบด้านผู้นำ ด้านบุคลากร และด้านองค์กรมีผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ นอกจากนี้ปัจจัยทั้ง 3 ยังเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรมเช่นเดียวกัน เนื่องจากองค์กรนวัตกรรมมีพื้นฐานมาจากการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้นั่นเอง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม

จากหัวข้อหลักการพื้นฐานขององค์กรนวัตกรรม สามารถจำแนกข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรมที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผู้นำ

ผู้นำมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในการสร้างองค์กรนวัตกรรม โดยดำเนินการผ่าน 1) การนำองค์กร คือ การกำหนดและถ่ายทอดวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์และเป้าหมายด้านนวัตกรรมที่ชัดเจน มีการสร้างวัฒนธรรมและค่านิยมร่วมที่มุ่งเน้นนวัตกรรมและองค์กรนวัตกรรม 2) การบริหารงาน คือ ความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการด้านนวัตกรรม ส่งเสริมให้บุคลากรมีความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งการสนับสนุนทรัพยากรให้แก่บุคลากรในการสร้างนวัตกรรม และ 3) คุณลักษณะของผู้นำ คือ ผู้นำองค์กรต้องมีความมุ่งมั่น ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี สร้างแรงจูงใจให้บุคลากร มีความกล้าเสี่ยง อดทน และยอมรับกับความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นจากการสร้างนวัตกรรม (Vracking, 1990; Higgins, 1995; Stamm, 2008; กิรติ ยศยิ่งยง, 2552) นอกจากนี้ปัจจัยด้านผู้นำยังส่งผลต่อปัจจัยด้านองค์กร และปัจจัยด้านการบริหารบุคลากร (Kanchan และ Gupta, 2009) รวมทั้งปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Marquardt, 2011)

2. ปัจจัยด้านการบริหารบุคลากร

รูปแบบการบริหารบุคลากรเพื่อบรรลุเป้าหมายในการเป็นองค์กรนวัตกรรมพิจารณาจาก 1) ลักษณะการปฏิบัติงาน โดยส่งเสริมการทำงานให้บุคลากรมีความคิดสร้างสรรค์ สนับสนุนและยอมรับความคิดที่แตกต่างและหลากหลาย รวมทั้งการทำงานและสื่อสารแบบทีมในลักษณะที่ข้ามสายงาน (Cross Functional Team) 2) การพัฒนาบุคลากร โดยการกำหนดแผนการพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากรขององค์กรในด้านนวัตกรรมอย่างชัดเจน รวมทั้งเวทีให้บุคลากรได้แสดงผลงานหรือแข่งขันด้านนวัตกรรม และ 3) การวัดผลการปฏิบัติงาน โดยมีการนำนวัตกรรมเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการวัดผลการปฏิบัติงาน รวมทั้งมีระบบการให้รางวัลแก่บุคลากรที่สร้างสรรค์นวัตกรรมในลักษณะที่เป็นเงินรางวัลและลักษณะที่ไม่เป็นเงินรางวัล (Higgins, 1995; Christiansen, 2000; Tidd & Bessant, 2009; กิรติ ยศยิ่งยง, 2552; สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2553) นอกจากนี้ปัจจัยด้านการบริหารบุคลากรยังส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Marquardt, 2011)

3. ปัจจัยด้านองค์กร

องค์กรต้องมีการดำเนินการเพื่อสนับสนุนการเป็นองค์กรนวัตกรรม โดยพิจารณาจาก 1) โครงสร้างองค์กร โดยองค์กรต้องมีโครงสร้างองค์กรที่มีความยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยนให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้ง่าย มีโครงสร้าง ลำดับ ขั้นตอน สายงานการบังคับบัญชาที่เหมาะสม การบริหารงานแบบกระจายอำนาจ รวมทั้งมีหน่วยงานที่รับผิดชอบหน้าที่ในการส่งเสริมด้านนวัตกรรมโดยเฉพาะ 2) สภาพแวดล้อม โดยองค์กรต้องมีบรรยากาศการทำงาน และกิจกรรมร่วมกันที่ทำให้บุคลากรได้เรียนรู้ ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และนำแนวคิดไปสู่การพัฒนาและสร้างสรรค์ นวัตกรรม มีการใช้เวลาแก่บุคลากรในการทำงานด้านนวัตกรรม รวมทั้งการยอมรับและเรียนรู้จากความผิดพลาดหรือ ล้มเหลวจากการดำเนินการสร้างนวัตกรรมโดยไม่มีการลงโทษ และ 3) ทรัพยากร โดยองค์กรมีการจัดสรรงบประมาณ ในการสนับสนุนการทำงานด้านนวัตกรรม รวมทั้งมีทรัพยากรอื่นๆ ได้แก่ เทคโนโลยี เครื่องมือที่ทันสมัย การจัดสรร พื้นที่ และการสนับสนุนข้อมูลหรือข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม (Vracking, 1990; Higgins, 1995; Stamm, 2008; ไชย ฌ พล อัครศุภเศรษฐ์, 2550; สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2553) นอกจากนี้ปัจจัยด้านองค์กรยังส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Marquardt, 2011)

4. ปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

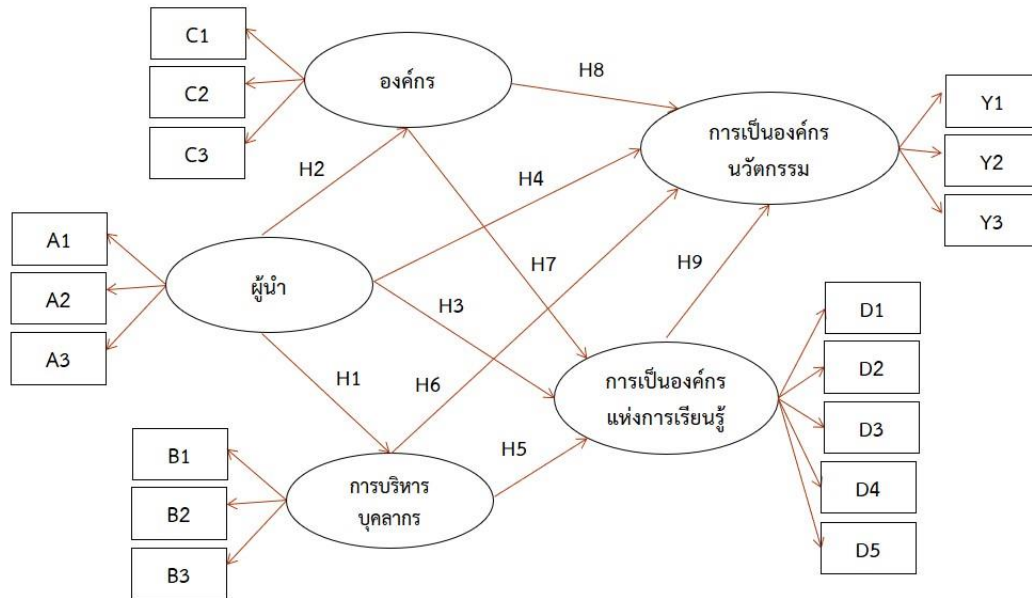
การพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน องค์กรแห่งการเรียนรู้เป็นลักษณะขององค์กรที่มีกิจกรรมในการสร้างและใช้ความรู้เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน นำไปสู่การพัฒนาเทคโนโลยีและการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ที่มีความสามารถเหนือคู่แข่ง ทำให้องค์กรก้าวสู่ การเป็นองค์กรนวัตกรรม (Higgins, 1995; Tidd & Bessant, 2009; กิรติ ยศยิ่งยง, 2552; สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2553; พยัต วุฒิรงค์, 2557) โดยแนวทางการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ประกอบด้วย 1) การเป็นบุคคลรอบรู้ ซึ่งองค์กร ต้องมีการส่งเสริมให้บุคลากรมีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง มีการอบรมให้ความรู้ต่างๆ และกระตุ้นให้บุคลากรปฏิบัติงานให้ สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด 2) รูปแบบการคิด โดยองค์กรต้องมีการนำวิธีการที่เหมาะสมมาปรับใช้กับการทำงานของ องค์กร มีการสนับสนุนให้บุคลากรมีการคิด พิจารณาการดำเนินงานต่างๆ จากข้อมูลที่มีอยู่ก่อนการตัดสินใจ รวมทั้งนำ แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์มาใช้ในการพัฒนางานให้ดีขึ้น 3) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน โดยองค์กรต้องมีการกำหนดและ สื่อสารวิสัยทัศน์ขององค์กรผ่านการมีส่วนร่วมของบุคลากร มีการเปิดกว้างทางความคิด รับฟังความคิดเห็นจาก บุคลากร เพื่อตัดสินใจและกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานร่วมกัน 4) การเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม โดยองค์กรมุ่งเน้นให้ บุคลากรทุกคนเรียนรู้ร่วมกัน การทำงานแบบทีมเพื่อแก้ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น รวมทั้งการสร้างสรรคงานและ พัฒนาองค์กรให้บรรลุเป้าหมาย 5) การคิดอย่างเป็นระบบ โดยองค์กรต้องมีการปฏิบัติงานเป็นระบบ มีขั้นตอนที่ชัดเจน มีการคิดและตัดสินใจ โดยใช้ข้อมูลและสารสนเทศต่างๆ สามารถนำไปพัฒนาและแก้ไขปัญหาการทำงานขององค์กร (Senge, 2006)

5. ปัจจัยด้านการเป็นองค์กรนวัตกรรม

ความสำเร็จในการดำเนินงานในการพัฒนาบุคลากรและองค์กรให้เป็นองค์กรนวัตกรรม พิจารณาจาก 1) การสร้างนวัตกรรม โดยองค์กรมีศักยภาพในการสร้างนวัตกรรมต่างๆ ทั้งนวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง 2) ความรู้ ความสามารถ โดยบุคลากรในองค์กรมีทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการ ทำงาน มีทักษะด้านการคิดวิเคราะห์ มีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง สามารถพัฒนากระบวนการ ผลิตภัณฑ์และ บริการที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร 3) พฤติกรรม โดยบุคลากรในองค์กรมีความกระตือรือร้นและใฝ่ที่จะเรียนรู้สิ่ง ใหม่ๆ อยู่เสมอ กล้าคิดกล้าเสี่ยง การเปิดกว้างยอมรับความแตกต่างทางความคิด การสร้างแรงจูงใจ รวมทั้งการทำงาน ร่วมกันเป็นทีม (Higgins, 1995; Tidd & Bessant, 2009; ไชย ฌ พล อัครศุภเศรษฐ์, 2550)

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ระหว่างปัจจัยต่างๆ สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพประกอบ 2



หมายเหตุ

- | | | |
|----------------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| A1 = การนำองค์กร | C1 = โครงสร้างองค์กร | D4 = การเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม |
| A2 = การบริหารงาน | C2 = สภาพแวดล้อม | D5 = การคิดอย่างเป็นระบบ |
| A3 = คุณลักษณะของผู้นำ | C3 = ทรัพยากร | Y1 = การสร้างนวัตกรรม |
| B1 = ลักษณะการปฏิบัติงาน | D1 = การเป็นนุคดลรอบรู้ | Y2 = ความรู้ความสามารถ |
| B2 = การพัฒนาบุคลากร | D2 = รูปแบบการคิด | Y3 = พหุติกรรม |
| B3 = การวัดผลการปฏิบัติงาน | D3 = การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน | |

ภาพประกอบ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

- H1: ปัจจัยด้านผู้นำมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยด้านการบริหารบุคลากร
 H2: ปัจจัยด้านผู้นำมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยด้านองค์กร
 H3: ปัจจัยด้านผู้นำมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้
 H4: ปัจจัยด้านผู้นำมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม
 H5: ปัจจัยด้านการบริหารบุคลากรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้
 H6: ปัจจัยด้านการบริหารบุคลากรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม
 H7: ปัจจัยด้านองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้
 H8: ปัจจัยด้านองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม
 H9: ปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1. การศึกษาข้อมูลและสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดำเนินการดังนี้

1.1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม จากเอกสาร หนังสือ ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้กรอบแนวคิดในการวิจัย และนิยามศัพท์เฉพาะของแต่ละตัวแปร

1.2 สร้างเครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaires) ลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 85 ข้อ ครอบคลุมปัจจัยตามกรอบแนวคิดในการวิจัย และสอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะของการวิจัย

1.3 การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ตรวจสอบความตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามรวมทั้งตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของเนื้อหา ภาษาที่ใช้ ซึ่งผลการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Congruence หรือ IOC) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามทุกข้ออยู่ระหว่าง 0.80-1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.6 ถือว่าข้อคำถามนั้นสามารถนำไปใช้ได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2557)

1.4 การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้านความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งตรวจสอบด้วยวิธีการหาความสอดคล้องภายในจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแบบสอบถามแต่ละปัจจัย ซึ่งมีค่าดังนี้ 1) ปัจจัยด้านผู้นำเท่ากับ 0.953 2) ปัจจัยด้านการบริหารบุคลากรเท่ากับ 0.935 3) ปัจจัยด้านองค์กรเท่ากับ 0.961 4) ปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้เท่ากับ 0.962 และ 5) ปัจจัยด้านการเป็นองค์กรนวัตกรรมเท่ากับ 0.941 ซึ่งทุกด้านมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าข้อคำถามในแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูงและยอมรับได้ (Hair, Black, Babin, และ Anderson, 2010)

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามตามกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaires)

3. การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการดังนี้

3.1 การวิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลสถิติเบื้องต้นจากแบบสอบถาม ส่วนค่าความเบ้ (Skewness) และความโด่ง (Kurtosis) สำหรับการวิเคราะห์การแจกแจงแบบปกติของข้อมูลจากแบบสอบถาม

3.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพื่อทดสอบความสอดคล้อง และหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร โดยพิจารณาตามเกณฑ์ดังตารางที่ 1 (กรีซ แร่งสูงเนิน, 2554)

ตาราง 1 ค่าสถิติและเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบ

ค่าดัชนีบ่งชี้ความสอดคล้อง	เกณฑ์
Relative chi-square (CMIN/df)	< 3.00
The goodness of fit index (GFI)	> 0.90
Normed fit index (NFI)	> 0.90
The comparative fit index (CFI)	> 0.90
Root mean square error of approximation (RMSEA)	< 0.08

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 399 คน ซึ่งเป็นบุคลากรขององค์กรธุรกิจค้าปลีกที่ทำการศึกษาวิจัย มีข้อมูลดังนี้ 1) อายุ: 25-29 ปี จำนวน 108 คน (ร้อยละ 27.07) 35-39 ปี จำนวน 104 คน (ร้อยละ 26.07) 30-34 ปี จำนวน 94 คน (ร้อยละ 23.56) สูงกว่า 40 ปี จำนวน 50 คน (ร้อยละ 12.53) และต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 43 คน (ร้อยละ 10.78) 2) ตำแหน่ง: ผู้จัดการร้าน จำนวน 318 คน (ร้อยละ 79.70) และผู้ช่วยผู้จัดการเขต จำนวน 81 คน (ร้อยละ 20.30) 3) สถานที่ทำงาน: สาขาร้านต่างจังหวัดจำนวน 223 คน (ร้อยละ 55.89) และสาขาร้านกรุงเทพและปริมณฑลจำนวน 176 คน (ร้อยละ 44.11) 4) ประสบการณ์ทำงาน: 6-10 ปี จำนวน 143 คน (ร้อยละ 35.84) 11-15 ปี จำนวน 119 คน (ร้อยละ 29.82) 0-5 ปี จำนวน 72 คน (ร้อยละ 18.05) และมากกว่า 15 ปี จำนวน 65 คน (ร้อยละ 16.29)

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่งของปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ความหมาย	ความเบ้ (Sk)	ความโด่ง (Ku)	ความหมาย
ผู้นำ	4.50	0.50	มาก	-0.83	0.07	แจกแจงแบบปกติ
การบริหารบุคลากร	4.46	0.55	มาก	-0.79	-0.12	แจกแจงแบบปกติ
องค์กร	4.41	0.60	มาก	-0.86	0.13	แจกแจงแบบปกติ
การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้	4.50	0.52	มาก	-0.89	0.20	แจกแจงแบบปกติ
การเป็นองค์กรนวัตกรรม	4.48	0.55	มาก	-1.00	0.74	แจกแจงแบบปกติ

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม

จากตารางที่ 2 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจค้าปลีกที่ทำการศึกษามีค่าเฉลี่ยในทุกปัจจัยอยู่ระหว่าง 4.41 - 4.50 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.50 - 0.60 สำหรับค่าความเบ้ (Sk) มีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง -0.79 และค่าความโด่ง (Ku) มีค่าอยู่ระหว่าง -0.12 ถึง 0.74 ซึ่งค่าความเบ้และค่าความโด่งมีค่าอยู่ระหว่าง -3 ถึง +3 จึงสรุปได้ว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ เป็นไปตามเงื่อนไขในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ดำเนินการวิเคราะห์ตัวแปรแฝง ภายใต้กรอบแนวคิดการวิจัยทั้ง 5 ตัวแปร โดยวิเคราะห์ตัวแปรแฝงทั้ง 5 ตัวแปรกับตัวแปรสังเกตได้ที่ละตัวของแปรแฝงนั้นๆ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าตัวแปรสังเกตได้ สามารถเป็นตัวแทนของตัวแปรแฝงนั้นๆ ได้อย่างแท้จริง (Anderson & Gerbing, 1998) ซึ่งสามารถพิจารณาความกลมกลืนในการวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้างจากค่าดัชนีบ่งชี้ความสอดคล้องดังแสดงในตารางที่ 3 ซึ่งพบว่าค่าดัชนีต่างๆ ที่คำนวณได้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ตาราง 3 ค่าดัชนีบ่งชี้ความสอดคล้องการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงแต่ละตัวแปร

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	CMIN/df	GFI	NFI	CFI	RMSEA	ผลการพิจารณา
ผู้นำ	การนำองค์กร	1.920	0.955	0.973	0.987	0.048	ผ่านเกณฑ์
	การบริหารงาน						
	คุณลักษณะของผู้นำ						
การบริหารบุคลากร	ลักษณะการปฏิบัติงาน	1.706	0.960	0.978	0.991	0.042	ผ่านเกณฑ์
	การพัฒนาบุคลากร						

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	CMIN/df	GFI	NFI	CFI	RMSEA	ผลการพิจารณา
	การวัดผลการปฏิบัติงาน						
	โครงสร้างองค์กร						
องค์กร	สภาพแวดล้อม	1.239	0.969	0.986	0.997	0.025	ผ่านเกณฑ์
	ทรัพยากร						
	การเป็นบุคคลรอบรู้						
	รูปแบบการคิด						
การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้	การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน	1.973	0.917	0.960	0.980	0.049	ผ่านเกณฑ์
	การเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม						
	การคิดอย่างเป็นระบบ						
	การสร้างนวัตกรรม						
การเป็นองค์กรนวัตกรรม	ความรู้ความสามารถ	1.400	0.966	0.983	0.995	0.032	ผ่านเกณฑ์
	พฤติกรรม						

ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาแบบจำลองความสัมพันธ์โครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการบริหารองค์กรตามแนวทางองค์กรนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจค้าปลีกที่ทำการศึกษาวิจัย เพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรโดยการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างรูปแบบการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถแสดงข้อมูลดังตารางที่ 4

ตาราง 4 ค่าสถิติความสอดคล้องกลมกลืนของรูปแบบการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนีชี้วัดความสอดคล้อง	เกณฑ์พิจารณา	ค่าสถิติที่ได้	ผลการพิจารณา
Relative Chi-square (CMIN/df)	< 3.00	1.897	ผ่านเกณฑ์
The goodness of fit index (GFI)	> 0.90	0.959	ผ่านเกณฑ์
Normed fit index (NFI)	> 0.90	0.986	ผ่านเกณฑ์
The comparative fit index (CFI)	> 0.90	0.993	ผ่านเกณฑ์
Root mean square error of approximation (RMSEA)	< 0.08	0.047	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 4 พบว่าผลการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์โครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการบริหารองค์กรนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจค้าปลีกที่ทำการศึกษาวิจัยได้รูปแบบที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และค่าดัชนีชี้วัดความสอดคล้องต่างๆ ได้แก่ ค่า CMIN/df = 1.897, GFI = 0.959, NFI = 0.986, CFI = 0.993 และ RMSEA = 0.047 เป็นไปตามเกณฑ์พิจารณาที่กำหนด

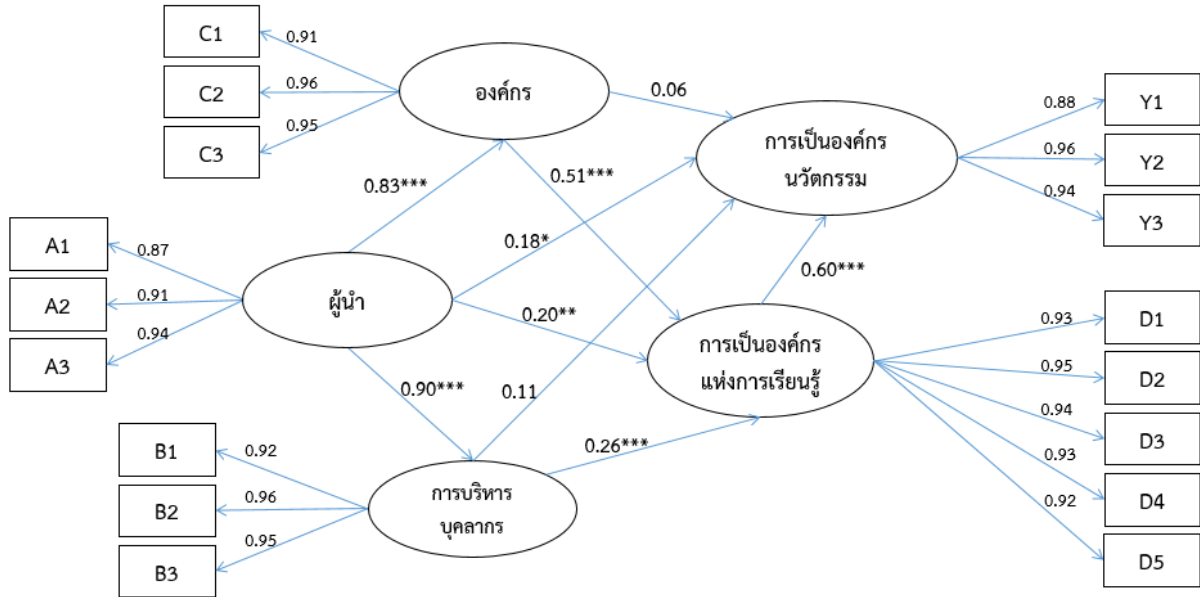
ตาราง 5 แสดงค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางและผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	สัมประสิทธิ์เส้นทาง	สรุปผล
H1: ผู้นำ ---> การบริหารบุคลากร	0.90***	สนับสนุน H1
H2: ผู้นำ ---> องค์กร	0.83***	สนับสนุน H2
H3: ผู้นำ ---> การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้	0.20**	สนับสนุน H3
H4: ผู้นำ ---> การเป็นองค์กรนวัตกรรม	0.18*	สนับสนุน H4
H5: การบริหารบุคลากร ---> การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้	0.26***	สนับสนุน H5
H6: การบริหารบุคลากร ---> การเป็นองค์กรนวัตกรรม	0.11	ปฏิเสธ H6

สมมติฐาน	สัมประสิทธิ์เส้นทาง	สรุปผล
H7: องค์กร ---> การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้	0.51***	สนับสนุน H7
H8: องค์กร ---> การเป็นองค์กรนวัตกรรม	0.06	ปฏิเสธ H8
H9: การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ---> การเป็นองค์กรนวัตกรรม	0.60***	สนับสนุน H9

หมายเหตุ * $p \leq 0.05$, ** $p \leq 0.01$, *** $p \leq 0.001$

ข้อมูลตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p \leq 0.05$) จำนวน 7 เส้นทาง



ภาพประกอบ 3 แบบจำลองความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการบริหารองค์กรตามแนวทางองค์กรนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจค้าปลีกที่ทำการศึกษาวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากภาพประกอบ 3 รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการบริหารองค์กรตามแนวทางองค์กรนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจค้าปลีกที่ทำการศึกษาวิจัยได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้เท่ากับ 0.60 และปัจจัยด้านผู้นำ เท่ากับ 0.18 ส่วนปัจจัยด้านการบริหารบุคลากร และปัจจัยด้านองค์กรไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม ที่ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p \leq 0.05$)

ตาราง 6 แสดงอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมที่มีผลต่อการบริหารองค์กรตามแนวทางองค์กรนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจค้าปลีกที่ทำการศึกษาวิจัย

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรผล											
	การบริหารบุคลากร			องค์กร			การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้			การเป็นองค์กรนวัตกรรม		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ผู้นำ	0.90***	-	0.90***	0.83***	-	0.83***	0.20**	0.65***	0.85**	0.18*	0.52***	0.70*
การบริหารบุคลากร	-	-	-	-	-	-	0.26***	-	0.26***	0.06	0.16*	0.22*
องค์กร	-	-	-	-	-	-	0.51***	-	0.51***	0.11	0.31**	0.42**

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรผล											
	การบริหารบุคลากร			องค์กร			การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้			การเป็นองค์กรนวัตกรรม		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.60***	-	0.60***
R ²	0.81			0.69			0.83			0.84		

หมายเหตุ: DE = อิทธิพลทางตรง, IE = อิทธิพลทางอ้อม, TE = อิทธิพลรวม และ - = Not Applicable, * $p \leq 0.05$, ** $p \leq 0.01$, *** $p \leq 0.001$

จากตารางที่ 6 แสดงอิทธิพลรวมที่มีผลต่อการบริหารองค์กรตามแนวทางองค์กรนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจ ค่าปัลลิกที่ทำการศึกษาวิจัยพบว่าปัจจัยด้านผู้นำมีอิทธิพลรวมต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรมมากที่สุด โดยมีอิทธิพลรวม 0.70 ส่วนปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม ได้แก่ ปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ปัจจัยด้านองค์กร และปัจจัยด้านการบริหารบุคลากร มีอิทธิพลรวม 0.60, 0.42 และ 0.22 ตามลำดับ ส่วนอิทธิพลรวมในมิติอื่นๆ มีดังนี้ ปัจจัยด้านผู้นำมีอิทธิพลรวมต่อปัจจัยด้านการบริหารบุคลากร ปัจจัยด้านองค์กร และปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้เท่ากับ 0.90, 0.83 และ 0.85 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านการบริหารบุคลากรมีอิทธิพลรวมต่อปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้เท่ากับ 0.26 และปัจจัยด้านองค์กรมีอิทธิพลรวมต่อปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้เท่ากับ 0.51

สรุปและอภิปรายผล

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีผลต่อการบริหารองค์กรนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจค่าปัลลิกที่ทำการศึกษาวิจัยมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยแต่ละปัจจัยส่งผลต่อความเป็นองค์กรนวัตกรรมจากภาพประกอบ 3 และตารางที่ 6 ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผู้นำ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม แสดงให้เห็นว่าผู้นำขององค์กรธุรกิจค่าปัลลิกที่ทำการศึกษาวิจัยมีบทบาทสำคัญในการสร้างองค์กรให้เป็นองค์กรนวัตกรรม สอดคล้องกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรมตั้งแต่การกำหนดและสื่อสารวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์และเป้าหมายด้านนวัตกรรม มีความรู้ความสามารถในการบริหารงานด้านนวัตกรรม มีคุณลักษณะต่างๆ ที่ส่งเสริมการสร้างองค์กรนวัตกรรม อาทิเช่น ความมุ่งมั่น การปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี การสร้างแรงจูงใจ การยอมรับกับความผิดพลาดหรือล้มเหลวที่จะเกิดขึ้นจากการสร้างนวัตกรรม เป็นต้น รวมทั้งการสนับสนุนการดำเนินงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งการบริหารบุคลากร การบริหารองค์กร และการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Vracking, 1990; Higgins, 1995; Christiansen, 2000; Stamm, 2008; Tidd และ Bessant, 2009; ไชย ณ พล อัครศุภเศรษฐ์, 2550; กิรติ ยศยิ่งยง, 2552; สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2553) โดยอิทธิพลทางตรงที่มีผลต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรมมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Byrd (2012) ที่พบว่าบทบาทของผู้นำและภาวะผู้นำมีผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมในหน่วยทหารของสหรัฐอเมริกา รวมไปถึงการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้นำกับสมาชิกในองค์กรทำให้เกิดความรู้สึกร่วมกัน รวมทั้งความไว้วางใจ และสนับสนุนซึ่งกันและกัน นำไปสู่การสร้างนวัตกรรมในองค์กร รวมทั้งจากผลวิจัยของ เทียนชัย อร่ามหยก และกัญญามาน อินทหว่าง (2562) ที่พบว่าองค์ประกอบด้านการจัดการองค์กรนวัตกรรมสำหรับธุรกิจอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในเครือบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ผู้นำองค์กรมีผลต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม โดยผู้นำต้องสามารถกำหนดวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายที่ชัดเจน ผู้นำมีการเปิดกว้างยอมรับความคิดเห็นของบุคลากร และให้การสนับสนุนส่งเสริมกิจกรรมนวัตกรรมขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ปัจจัยด้านผู้นำยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการ

เป็นองค์กรนวัตกรรมผ่านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วรธรรม พงษ์สีชมพู, อรจรรย์ ฒ ตะกั่วทุ่ง และวรรณิ แกมเกตุ (2558) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และการเป็นองค์กรนวัตกรรมขององค์กรรัฐวิสาหกิจ พบว่าปัจจัยด้านภาวะผู้นำมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม ผ่านปัจจัยการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยเมื่อผู้บริหารมีภาวะผู้นำจะส่งผลให้ระดับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้เพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้นำสามารถให้การสนับสนุนและเอื้อให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง มีการกระจายอำนาจของการบังคับบัญชา และการบริหารที่เกิดความคล่องตัว สามารถสนองตอบต่อสิ่งแวดล้อมรอบด้านที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และส่งผลไปสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรม

2. ปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม แสดงให้เห็นว่าองค์กรธุรกิจค้าปลีกที่ทำการศึกษาวิจัยมีการสร้างให้บุคลากรขององค์กรมีคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่สอดคล้องกับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของ Senge (2006) ได้แก่ การเป็นบุคคลรอบรู้ รูปแบบการคิด การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน การเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม และการคิดอย่างเป็นระบบ ซึ่งการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ถือว่าเป็นพื้นฐานของการเป็นองค์กรนวัตกรรม (กิริติ ยศยิ่งยง, 2552) สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เทียนชัย อร่ามหยก และ กัญญามน อินหว่าง (2562) ที่พบว่าองค์ประกอบด้านลักษณะการเป็นองค์กรนวัตกรรมสำหรับธุรกิจอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในเครือบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มีองค์ประกอบการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่จะต้องมีการเรียนรู้พัฒนาตัวเองตลอดเวลา มีรูปแบบ วิธีคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน มีการส่งเสริมให้เกิดการทำงานเป็นทีม มีการส่งเสริมให้เกิดการคิดเชิงระบบ รวมทั้งผลการวิจัยของ Alegre and Chiva (2013) ที่พบว่าความสามารถในการเรียนรู้ขององค์กรมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานด้านนวัตกรรมขององค์กร และความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรจะเกิดขึ้นได้เมื่อบุคลากรในองค์กรมีความรู้และมีการแบ่งปันความรู้ที่เกิดขึ้น

3. ปัจจัยด้านการบริหารบุคลากรและปัจจัยด้านองค์กรมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม ผ่านปัจจัยการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ทั้ง 2 ปัจจัย และมีปัจจัยที่อยู่ก่อนหน้าได้แก่ปัจจัยด้านผู้นำ ดังแสดงในภาพประกอบ 3 แสดงให้เห็นว่าองค์กรธุรกิจค้าปลีกที่ทำการศึกษาวิจัยมีการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้โดยให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องที่มีผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ได้แก่ การบริหารและพัฒนาบุคลากร การจัดการองค์กรด้านโครงสร้าง การสร้างสภาพแวดล้อม และสนับสนุนทรัพยากรต่างๆ ผ่านการสนับสนุนของผู้นำองค์กร และเมื่อองค์กรเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้แล้ว องค์กรสามารถใช้ความรู้เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน นำไปสู่การพัฒนาเทคโนโลยีและการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่างๆ ภายใต้การเป็นองค์กรเป็นองค์กรนวัตกรรม (Tidd และ Bessant, 2009; กิริติ ยศยิ่งยง, 2552; พยัต วุฒิรงค์, 2557) ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ Kanchan and Gupta (2009) ที่ศึกษาเรื่องวิธีการเป็นองค์กรนวัตกรรม โดยสรุปว่าการเป็นองค์กรนวัตกรรมนั้น ต้องเริ่มต้นจากผู้บริหารระดับสูงก่อนแล้วจึงส่งผ่านมาถึงการบริหารบุคลากรและการบริหารองค์กรนั้นๆ โดยมีวิสัยทัศน์ การสื่อสาร การส่งเสริมต่างๆ สภาพแวดล้อม ทรัพยากร ความคิดสร้างสรรค์ และระบบรางวัลเป็นส่วนประกอบในการสร้างองค์กรนวัตกรรม ส่วนงานวิจัยของ วรธรรม พงษ์สีชมพู, อรจรรย์ ฒ ตะกั่วทุ่ง และวรรณิ แกมเกตุ (2558) พบว่าอิทธิพลทางอ้อมหนึ่งที่มีผลต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม คือ ภาวะผู้นำ --> วัฒนธรรมองค์กร --> การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ --> การเป็นองค์กรนวัตกรรม ซึ่งแสดงว่าการที่ผู้บริหารขององค์กรรัฐวิสาหกิจมีอุดมการณ์ในการทำงานที่ชัดเจน กระตุ้นและเสริมศักยภาพในการทำงานให้กับบุคลากร มีการสนับสนุนบุคลากรทั้งรายบุคคลและรายกลุ่ม การบริหารองค์กรที่ดี จะทำให้องค์กรรัฐวิสาหกิจมีวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และส่งผลให้ระดับการเป็นองค์กรนวัตกรรมสูงขึ้น

4. ปัจจัยด้านการบริหารบุคลากรและปัจจัยด้านองค์กรไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม โดยในปัจจัยด้านการบริหารบุคลากร อาจเนื่องมาจากแนวทางการบริหาร การวัดและประเมินผลการปฏิบัติงาน รวมทั้งการพัฒนาบุคลากรขององค์กรธุรกิจค้าปลีกที่ทำการศึกษาวิจัย ไม่ได้ดำเนินการโดยตรงในด้านนวัตกรรม แต่เป็นการบริหารและพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ และนำความรู้ความเชี่ยวชาญในงานมาพัฒนากระบวนการและสร้างนวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, อรรถนั บัณฑิตย์ และจตุรนต์ ชุติธรพงษ์ (2556) ที่ศึกษาปัจจัยที่

มีผลต่อการจัดการความรู้และนวัตกรรมของบุคลากรสายปฏิบัติการวิชาชีพของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ โดยในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อนวัตกรรมพบว่าปัจจัยด้านการวัดและประเมินผลซึ่งเป็นลักษณะหนึ่งของการบริหารบุคลากรไม่มีอิทธิพลเชิงสาเหตุต่อนวัตกรรม ส่วนปัจจัยด้านองค์กร อาจเนื่องมาจากองค์กรธุรกิจค้าปลีกที่ทำการศึกษาวิจัยเป็นองค์กรที่มีขนาดใหญ่ อาจทำให้เกิดการสื่อสารผิดพลาด หรือปัญหาที่มาของแหล่งข้อมูลไม่ตรงกัน ส่งผลให้เป็นอุปสรรคส่วนหนึ่งของการสร้างนวัตกรรม ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลวิจัยของ แนน้อย เฟิงพันธ์, สุดารัตน์ สารสว่าง, พร้อมพิไล บัวสุวรรณ, และวารุณี ลักษณ์โชคดี (2562) ที่พบว่าปัจจัยด้านโครงสร้างองค์กรไม่ส่งผลต่อปัจจัยการเป็นองค์กรนวัตกรรมของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตปริมณฑล โดยมีเหตุผลเนื่องจากโครงสร้างการบริหารงานโรงเรียนมัธยมศึกษาเป็นโครงสร้างองค์กรแบบสูง (tall organizational structure) กล่าวคือเป็นโครงสร้างขององค์กรขนาดใหญ่ที่มีสายการบังคับบัญชาลงไปตามลำดับชั้นตอนอย่างสลับซับซ้อน ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านการบริหารบุคลากร และปัจจัยด้านองค์กรมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรมดังแสดงผลในข้อที่ 3

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้นำขององค์กรมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินการในทุกๆ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างองค์กรนวัตกรรม ทั้งปัจจัยด้านการบริหารบุคลากร ปัจจัยด้านองค์กร ปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และปัจจัยด้านการเป็นองค์กรนวัตกรรม ดังนั้นผู้บริหารขององค์กรจึงต้องแสดงบทบาทความเป็นผู้นำ และแสดงออกถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินงานด้านนวัตกรรม การเป็นแบบอย่างที่ดี รวมทั้งการสนับสนุนต่างๆ ให้แก่บุคลากรและองค์กรในการดำเนินงานด้านนวัตกรรม ทั้งนี้การที่องค์กรอื่นๆ จะนำไปปรับใช้นั้นขึ้นอยู่กับบริบทที่แตกต่างกันไปของแต่ละองค์กร บางองค์กรอาจไม่จำเป็นต้องมีคุณลักษณะบางประการตามผลการวิจัย เนื่องจากคุณลักษณะขององค์กรที่แตกต่างกัน เช่น ประเภทของธุรกิจ ขนาดองค์กร เป็นต้น แต่ส่วนสำคัญในการสร้างองค์กรนวัตกรรมที่เห็นได้ชัดเจนจากผลการวิจัย คือถ้าองค์กรสามารถอยู่ในสถานะการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ได้ องค์กรจะสามารถใช้ความรู้เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน นำไปสู่การพัฒนาองค์กรทั้งในด้านเครื่องมือ ระบบ กระบวนการ สินค้าหรือบริการที่มีความใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าและความสำเร็จในการแข่งขันให้กับองค์กรอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผลจากการวิจัยนี้ผู้ที่สนใจอาจนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางศึกษากับองค์กรธุรกิจอื่นๆ ที่อยู่ในประเภทของธุรกิจค้าปลีก เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น หรืออาจเป็นองค์กรธุรกิจภาคบริการอื่นๆ

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลมากขึ้น ซึ่งอาจทำให้ทราบข้อมูลเชิงลึกและสามารถนำมาอธิบายเพิ่มเติมในปัจจัยต่างๆ ทั้งที่มีอิทธิพลและไม่มีอิทธิพลต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรมที่ผู้วิจัยระบุไว้ในกรอบแนวคิดการวิจัย

บรรณานุกรม

เทียนชัย อร่ามหยก, กัญญามน อินทวาท. (2562). รูปแบบการพัฒนาองค์กรนวัตกรรมสำหรับธุรกิจอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในเครือบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน). *วารสารชุมชนศึกษิตทางสังคมศาสตร์*, 127-139.
แนน้อย เฟิงพันธ์, สุดารัตน์ สารสว่าง, พร้อมพิไล บัวสุวรรณ, และวารุณี ลักษณ์โชคดี. (2562). ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ องค์กรนวัตกรรม บรรยากาศโรงเรียน และวัฒนธรรมโรงเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน

- มัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร.
วารสารวิชาการมทร. สุวรรณภูมิ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 154-172.
- ไชย ณ พล อัครศุภเศรษฐ์. (2550). *Creativity & Innovation การสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อศักยภาพการแข่งขันสู่อนาคต*.
กรุงเทพฯ: พลัสเพลส.
- กรีซ แร่งสูงเนิน. (2554). *การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- กัญจน์นิกร กานิตเพ็ชร. (2555). องค์การนวัตกรรม องค์การแห่งความเป็นเลิศ. *วิชาการปริทัศน์*, 5-9.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2557). *การวิเคราะห์สมการ โครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS*. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- กียรติ ยศยิ่งยง. (2552). *องค์การแห่งนวัตกรรม: แนวคิดและกระบวนการ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- พยัต วุฒิรงค์. (2557). *การจัดการนวัตกรรม: ทฤษฎีการ องค์การแห่งการเรียนรู้ และนวัตกรรม*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรธรรม พงษ์สีชมพู, อรรถิษฐ์ ณ ตะกั่วทุ่ง, และวรรณิ แกมเกตุ. (2558). อิทธิพลของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของ
องค์กรรัฐวิสาหกิจ ที่มีต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้และองค์การแห่งนวัตกรรม. *วารสารสหวิทยาการวิจัย:
ฉบับบัณฑิตศึกษา*, 50-65.
- วัฒนสิน บุสดี, สุรัชย์ สีขาบัณฑิต และปัทมา รูปสุวรรณกุล. (2558). การพัฒนารูปแบบขององค์การแห่งการเรียนรู้.
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา, 52-62.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, อรรถิษฐ์ บัณฑิตยัม และจาดูรนต์ ชุตินทรพงษ์. (2556). การจัดการความรู้เพื่อสร้างสรรค์
นวัตกรรมของบุคลากรสายปฏิบัติการวิชาชีพ ของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ. *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์*,
1-36.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2553). *การจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร (Innovation Management for Executives
(IMEs)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ.
- สุรเดช จอจวรรณศิริ. (2562). *Innovative Organization Book of Knowledge: การจัดการสู่องค์กรนวัตกรรม*. กรุงเทพฯ:
สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ.
- อรวรรณ บัณฑิตกุล. (2558, เมษายน 17). *CP All ขับเคลื่อนองค์กรด้วยนวัตกรรม*. Retrieved from Marketeer:
<https://marketeeronline.co/archives/29977>
- 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*, 491–507.
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1998). Structural equation modeling in practice: A review and recommended
two-step approach. *Psychological Bulletin*, 411–423.
- Byrd, M. (2012). *The anatomy of the innovative organization: A case study of organizational innovation within a
military structure*. Doctoral Dissertation: University of Southern California.
- Christiansen, J. A. (2000). *Building the innovative organization: Management systems that encourage innovation*.
Hampshire: Macmillan Press.
- Drucker, P. F. (2002). The Discipline of Innovation. *Harvard Business Review*, 95-103.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. Upper Saddle River,
New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Higgins, J. M. (1995). *Innovate or evaporate: Test & improve your organization's IQ – Its innovation quotient*. New York: New Management Publishing.
- Kanchan, U., & Gupta, A. (2009). How to be an innovative organization - Developing a culture of innovation in organizations. *International Conference on Computer Technology and Development (ICCTD 2009)* (pp. 502-505). Los Alamitos, California: IEEE Computer Society.
- Marquardt, M. J. (2011). *Building the learning organization: Achieving strategic advantage through a commitment to learning*. Boston: Nicholas Brealey.
- Merx-Chermin, M., & Nijhof, W. J. (2005). Factor influencing knowledge creation and innovation in an organization. *Journal of European Industrial*, 135-147.
- Senge, P. M. (2006). *The fifth discipline: The art and iractice of the learning organization*. New York: Random House Business Book.
- Stamm, B. V. (2008). *Managing innovation, design and creativity*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2009). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change*. UK: John Wiley & Sons.
- Vracking, W. J. (1990). The innovative organization. *Long Range Planning*, 94-102.