

ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การกับพฤติกรรมเชิง  
นวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย: บทบาทการเป็น  
ตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน



พิมพ์ลภัส มาแก้ว

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ)  
คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

2564

ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การกับพฤติกรรมเชิง  
นวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย: บทบาทการเป็น  
ตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน

พิมพ์ลภัส มาแก้ว

คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตกร นวกิจไพฑูรย์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ)

..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิณี เพชรสว่าง)

..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตกร นวกิจไพฑูรย์)

..... กรรมการ  
(ศาสตราจารย์ ดร.ชูชัย สมितिไกร)

..... คณบดี  
(ศาสตราจารย์ ดร.จิระประภา อัครบวร)

\_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

## บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์	ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การ กับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคาร พาณิชย์ในประเทศไทย: บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความ หลงใหลในงานแบบกลมกลืน
ชื่อผู้เขียน	นางสาว พิมพ์ภัส มาแก้ว
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ)
ปีการศึกษา	2564

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาาระดับของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การ ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การ ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย 3) เพื่อศึกษาบทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ศึกษาในกลุ่มพนักงานธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศไทยจำนวน 13 แห่ง และได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 457 คน ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การ ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอยู่ในระดับสูง 2) บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ 3) บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนอย่างมีนัยสำคัญ 4) ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ และ 5) ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีบทบาทเป็นตัวแปรสื่อแบบบางส่วนในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

## ABSTRACT

<b>Title of Thesis</b>	The Relationship between Organizational Innovation Climate and Innovative Work Behavior of Thai Commercial Bank Employees: The Mediating Role of Harmonious Work Passion
<b>Author</b>	Miss PIMLAPAT MAKAEW
<b>Degree</b>	Master of Science (Human Resource and Organization Development)
<b>Year</b>	2021

---

This research aims to 1) study the level of organizational innovation climate, harmonious work passion and innovative work behavior 2) study the relationship between organizational innovation climate, harmonious work passion and innovative work behavior and 3) study the mediating role of harmonious work passion on the relationship between organizational innovation climate and innovative work behavior of Thai commercial bank employees. This quantitative research collected data from 457 employees of 13 Thai commercial banks. The results of this study show that 1) the level of organizational innovation climate, harmonious work passion and innovative work behavior are high 2) Organizational innovation climate is positively related with innovative work behavior 3) Organizational innovation climate is positively related with harmonious work passion 4) Harmonious work passion is positively related with innovative work behavior and 5) Harmonious work passion is partially mediates the relationship between organizational innovation climate and

innovative work behavior.



## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้จากการสนับสนุนจากบุคคลสำคัญหลายท่าน ที่คอยให้คำแนะนำ สนับสนุน และเป็นแรงผลักดันให้ผู้วิจัยสามารถทำการศึกษาครั้งนี้ได้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. กฤตกร นวกิจไพฑูรย์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ในครั้งนีที่กรุณาให้คำปรึกษา เปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้ค้นหาหัวข้อที่สนใจศึกษา โดยเสนอแนะในการปรับปรุงงานวิจัยให้มีคุณภาพ คอยช่วยเหลือในการเก็บข้อมูล การใช้โปรแกรมวิเคราะห์สถิติ ตลอดจนการปรับแก้งานวิจัยด้วยความเอาใจใส่เสมอมา ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงสำหรับกำลังใจและความกรุณาที่ท่านมอบให้แก่ผู้วิจัยตั้งแต่วันแรกที่ได้พบกันจนถึงปัจจุบัน

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาวิณี เพชรสว่าง ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่เป็นกำลังใจในการศึกษาวิจัย และเสนอแนะแนวทางการศึกษาในครั้งนี รวมถึงวิธีการนำเสนองานวิจัยที่ดี ตั้งแต่ผู้วิจัยได้เรียนวิชาวิทยานิพนธ์ตลอดจนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงสำหรับความอนุเคราะห์ในการเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ รวมถึงความห่วงใยที่ท่านมอบให้แก่ผู้วิจัยตลอดมา

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร.ชูชัย สมितिไกร กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนให้ผู้วิจัยได้ศึกษาต่อในระดับปริญญาโท คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ และให้ความกรุณาในการเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ รวมถึงให้ความอนุเคราะห์ในการแนะนำแนวทางการศึกษาวิจัยที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์และมีคุณค่าต่อไป ผู้วิจัยขอขอบพระคุณสำหรับความเมตตาที่ท่านมอบให้แก่ผู้วิจัยเสมอมา

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยันต์ สกกุลศรีประเสริฐ สำหรับคำแนะนำเรื่องการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และการเขียนรายงานการวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงขอบพระคุณอาจารย์ประจำภาควิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และอาจารย์คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ทุกท่าน ที่คอยเป็นกำลังใจและติดตามความคืบหน้าของการศึกษาวิจัยตลอดมา ขอขอบพระคุณ คุณณภว ศิวธนเณศ สำหรับความช่วยเหลือในการติดต่อประสานงานและเป็นตัวแทนหลักในเก็บข้อมูลจากพนักงานธนาคารต่างๆ เป็นอย่างดี รวมทั้งผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ที่เป็นตัวแทนในการแจกแบบสอบถามในธนาคารอื่นๆ อีกหลายท่านด้วยกัน ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี และผู้วิจัยขอบคุณผู้ที่เกี่ยวข้องจากทุกส่วนทุกฝ่ายและทุกกลุ่มที่คอยช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ รวมถึงให้กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ขอขอบพระคุณทุกท่านด้วยใจจริง

สุดท้ายนี้ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้รับทุนสนับสนุนวิทยานิพนธ์จากงบประมาณแผ่นดินจำนวน 20,000 บาท เพื่อสนับสนุนการดำเนินการศึกษา ตลอดจนการตีพิมพ์บทความวิจัยด้วย ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่องค์กรและผู้สนใจศึกษาเนื้อหาของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ไม่มากก็น้อย หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

พิมพ์ลภัส มาแก้ว

กรกฎาคม 2565



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ .....	ค
ABSTRACT .....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฐ
สารบัญภาพ .....	ฒ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา .....	5
1.3 คำถามการวิจัย .....	5
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	6
1.5 ขอบเขตการศึกษาวิจัย.....	6
1.5.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	6
1.5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหาในการศึกษา .....	6
1.5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา.....	7
1.5.4 ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา.....	7
1.5.5 ขอบเขตด้านเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา .....	8
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	10
2.1 พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน ( Innovative Work Behavior).....	11

2.1.1	นิยามและองค์ประกอบพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน ( Innovative Work Behavior).....	12
2.1.2	ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน .....	18
2.1.3	ความสำคัญของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน.....	19
2.2	บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร (Organizational Innovation Climate).....	20
2.2.1	นิยามและองค์ประกอบบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร .....	21
2.2.2	ความสำคัญของของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร .....	29
2.3	ความหลงใหลในงาน (Work Passion).....	30
2.3.1	นิยามและองค์ประกอบความหลงใหลในงาน .....	31
2.3.2	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความหลงใหลในงาน .....	39
2.3.3	ความสำคัญของความหลงใหลในงาน .....	40
2.4	ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร.....	40
2.4.1	ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน.....	40
2.4.2	ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน .....	42
2.4.3	ความสัมพันธ์ระหว่างความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน .....	45
2.4.4	บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน .....	46
2.5	กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	49
บทที่ 3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	50
3.1	การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย .....	51
3.1.1	ประชากร .....	51
3.1.2	กลุ่มตัวอย่าง.....	51

3.2 ตัวแปรที่ศึกษาและคำนิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ .....	52
3.2.1 พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน .....	53
3.2.2 บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร.....	53
3.2.3 ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน.....	53
3.2.4 พนักงานธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศไทย .....	53
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	54
3.3.1 รายละเอียดของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	54
3.3.2 การดำเนินการจัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	56
3.3.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	57
3.3.3.1 ความเที่ยงตรง (Validity) .....	57
3.3.3.2 ความเชื่อมั่น (Reliability) .....	58
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	59
3.5 การจัดการกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล .....	60
3.5.1 การจัดการกระทำข้อมูล .....	60
3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	63
4.1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmative Factor Analysis).....	64
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	65
4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงาน บรรยากาศการ ส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร และความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน.....	68
4.4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร ความ หลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน และการวิเคราะห์เพื่อ แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันสูงเกินไปจนเกิดภาวะ Multicollinearity.....	70

4.5 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การ ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน .....	73
4.6 ผลการทดสอบสมมติฐานการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนใน ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม ในการทำงาน .....	76
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ .....	78
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	80
5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	80
5.1.2 ผลการวิเคราะห์ระดับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน บรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมในการองค์การ และความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน .....	80
5.1.3 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมใน องค์การ ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน.....	81
5.1.4 ผลการทดสอบสมมติฐานการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนใน ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การและพฤติกรรมเชิง นวัตกรรมในการทำงาน .....	81
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย.....	82
5.2.1 การอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1: บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมใน องค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน .....	82
5.2.2 การอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2: บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมใน องค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน.....	84
5.2.3 การอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3: ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมี ความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน .....	86
5.2.4 การอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4: ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนเป็นตัว แปรสื่อในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การและ พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน .....	87
5.3 ข้อเสนอแนะ .....	89
5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย .....	89

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต ..... 91

    บรรณานุกรม..... 92

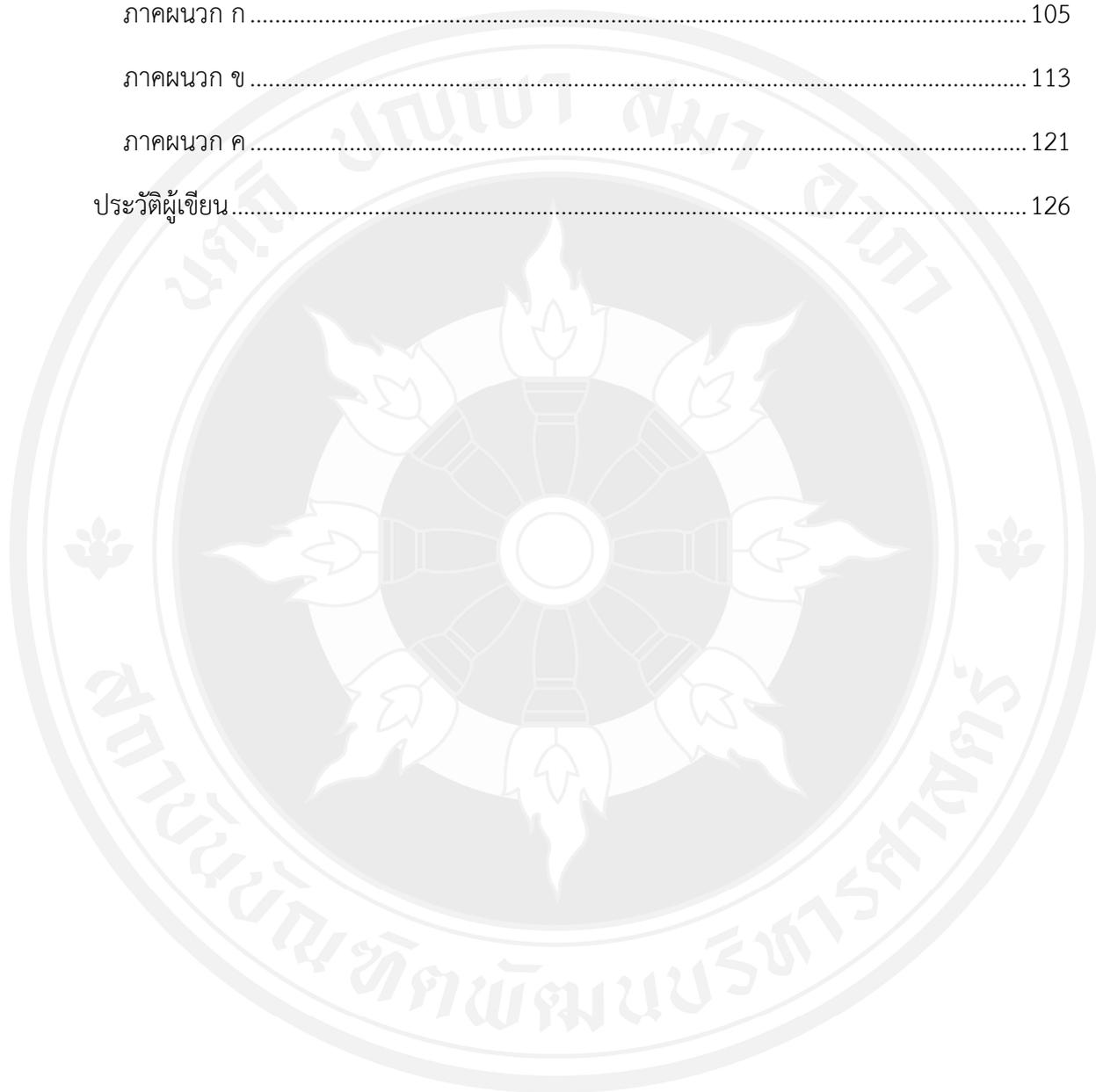
    ภาคผนวก..... 104

        ภาคผนวก ก ..... 105

        ภาคผนวก ข ..... 113

        ภาคผนวก ค ..... 121

    ประวัติผู้เขียน..... 126



## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 นิยามของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน.....	12
ตารางที่ 2.2 องค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน .....	16
ตารางที่ 2.3 นิยามของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร.....	22
ตารางที่ 2.4 องค์ประกอบของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร .....	23
ตารางที่ 2.5 การเปรียบเทียบองค์ประกอบของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรในแต่ละ ด้าน.....	26
ตารางที่ 2.6 นิยามของความหลงใหลในงาน .....	32
ตารางที่ 2.7 องค์ประกอบของความหลงใหลในงานตามแนวคิดของ Vallerand, et al. (2003a)...	34
ตารางที่ 2.8 องค์ประกอบของความหลงใหลในงานตามแนวคิดของ Zigarmi et al. (2009).....	36
ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงยืนยัน (Confirmative Factor Analysis) ของตัวแปร พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน.....	64
ตารางที่ 4.2 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	65
ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมายค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม ในการทำงานของพนักงาน .....	68
ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมายค่าเฉลี่ยของบรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมในองค์กร .....	69
ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมายค่าเฉลี่ยของความหลงใหลในงาน แบบกลมกลืน.....	69
ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน .....	70
ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานราย องค์ประกอบของทั้ง 3 ตัวแปร.....	71
ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับ พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน.....	73

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับ ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน.....	74
ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนกับ พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน .....	75



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม .....	15
ภาพที่ 2.2 ทฤษฎีความคาดหวังของ Vroom (1964).....	41
ภาพที่ 2.3 แบบจำลองคุณลักษณะของงาน (The Job Characteristics Model).....	43
ภาพที่ 2.4 แผนผังแนวคิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างสามปัจจัย .....	47
ภาพที่ 2.5 Employee Work Passion Appraisal Model (EWPA).....	48
ภาพที่ 3.1 ผลการทำค่านวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในโปรแกรม GPower ตามแนวคิดของ Cohen (1988).....	52

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

เนื่องจากโลกของเรามีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มนุษย์จึงต้องปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องในการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้น และหมายรวมถึงการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สามารถแข่งขันและเติบโตภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม เศรษฐกิจและเทคโนโลยี และจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ตั้งแต่ปี 2563 จนถึงปัจจุบัน เว็บไซต์ของ KPMG (2020) ได้ระบุว่าธนาคารถูกกระตุ้นให้หันมาพัฒนาระบบการให้บริการผ่านช่องทางดิจิทัลเพื่อตอบสนองความต้องการ ความสะดวกในการใช้บริการและเพื่อสร้างการบริการที่ประทับใจแก่ผู้ให้บริการมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการเว้นระยะห่างทางสังคมกลายเป็นบรรทัดฐานใหม่ในการดำเนินชีวิต (Economics Observatory, 2020) ทำให้รูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันและการทำงานของ ผู้ใช้บริการเริ่มมีการปรับตัวสู่ยุคใหม่ (New Normal) โดยผลสำรวจพบว่า จำนวนผู้ให้บริการดิจิทัล (Digital Service Consumers) ของประเทศไทยในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 เพิ่มขึ้น และผู้ให้บริการในปัจจุบันจำนวนร้อยละ 95 มีแนวโน้มที่จะใช้บริการผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลในรูปแบบต่าง ๆ ต่อไป (ธเนศ มัทธนาลัย, 2564) จากการเรียนรู้วิกฤตการณ์และการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ธนาคารจึงควรเสริมสร้างความยืดหยุ่นและรับมือกับการเปลี่ยนแปลง รวมถึงการดำเนินงานด้วยความคล่องตัว การตัดสินใจที่รวดเร็ว การเพิ่มขีดความสามารถให้กับพนักงาน และส่งเสริมให้พนักงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานมากขึ้น (Deloitte, 2021)

ที่ผ่านมามาธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยได้มีการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจ โดยมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการ เช่น แอปพลิเคชันหรือแชทบอท มีการใช้ Big Data เข้ามามีส่วนในการพัฒนากระบวนการทำงานและผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยอาศัยข้อมูลจำนวนมากในการวิเคราะห์และประกอบการตัดสินใจทางธุรกิจ (Marr, 2019) อีกทั้งหลายๆ ธนาคารมุ่งสร้างคุณค่าทางธุรกิจ ในรูปแบบการลงทุนตั้งบริษัทใหม่หรือบริษัทลูก ร่วมกับธุรกิจที่ไม่ใช่ธนาคาร เช่น ธุรกิจส่งอาหาร (Food Delivery) ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ธุรกิจขนส่ง (Logistic) และธุรกิจสตาร์ทอัพ เพื่อปรับเปลี่ยนการบริการและผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายกว่าในอดีต เปิดโอกาสทางธุรกิจ และเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน (ศรีสุภา พุมมะริน, 2564) ในขณะเดียวกันธนาคารแห่ง

ประเทศไทย (ธปท.) ก็มีนโยบายที่มุ่งส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนานวัตกรรมทางการเงิน โดยเฉพาะที่มีลักษณะเป็นโครงสร้างพื้นฐานรองรับการพัฒนาต่อยอดบริการในอนาคต มีการส่งเสริมการนำเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain Technology) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีการประมวลผลแบบกระจายศูนย์ (Distributed Ledger Technology หรือ DLT) มาพัฒนาบริการทางการเงินที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้มากขึ้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562)

นอกจากรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้ใช้บริการและการแข่งขันทางธุรกิจภายในกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่ทำให้การดำเนินงานของธนาคารต้องเปลี่ยนแปลงไป ปัจจัยอีกประการหนึ่งที่อาจสร้างแรงกดดันด้านการแข่งขันเพิ่มเติมให้กับธุรกิจธนาคาร คือ บริษัทเทคโนโลยีทางการเงิน (FinTech) ที่จัดตั้งสกุลเงินดิจิทัลสกุลต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัท Alibaba และ Tencent ในประเทศจีน บริษัท Facebook บริษัท Google บริษัท Apple และบริษัท Amazon ในโลกตะวันตกที่เป็นผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลรายใหญ่มีแนวโน้มจะขยายการให้บริการทางการเงินแบบดิจิทัล (Economics Observatory, 2020) บนเทคโนโลยีบล็อกเชนที่เอื้อให้บุคคลสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้แบบไม่ต้องอาศัยบุคคลที่สาม ซึ่งได้รับความไว้วางใจอย่างสถาบันการเงินหรือธนาคาร (Decentralized Finance หรือ DeFi) (ไทยรัฐออนไลน์, 2564) ทำให้ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) มีการวางแผนการออกใช้สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารกลางสำหรับรายย่อย (Retail Central Bank Digital Currency: Retail CBDC) เพื่อช่วยเพิ่มทางเลือกให้ประชาชนได้เข้าถึงสกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลาง ซึ่งมีความน่าเชื่อถือและปลอดภัยสูง รวมทั้งเอื้อประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมหลายด้าน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564ข) จึงถือว่าธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยต้องเตรียมความพร้อมการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นทั้งในปัจจุบันและอนาคตอันใกล้ โดยการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ การแข่งขันทางธุรกิจระหว่างธนาคารและบริษัทเทคโนโลยีทางการเงิน แสดงให้เห็นว่านวัตกรรมถือเป็นหนึ่งในกุญแจสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจธนาคารประสบความสำเร็จและอยู่รอดได้ในปัจจุบัน

ทั้งนี้นวัตกรรมในองค์กรจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมในการสร้างนวัตกรรมของพนักงานจากหลายภาคส่วน พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานจึงเป็นสิ่งที่องค์กรต้องการ ซึ่งหมายถึง การที่พนักงานมุ่งสร้างสรรค์ แนะนำ หรือประยุกต์ใช้แนวทางใหม่ ๆ ในการสร้างผลิตภัณฑ์ พัฒนาระบบงาน หรือใช้เทคโนโลยีในการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานของตนเอง ทีมงาน และความสำเร็จขององค์กร (Jeroen De Jong & Den Hartog, 2010; Janssen, 2000; Kleysen & Street, 2001) เมื่อพนักงานมีพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมที่เพิ่มขึ้นจะทำให้ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Nasir et al., 2019) และผลการปฏิบัติงานโดยรวมขององค์กรเพิ่มสูงขึ้นด้วย (Shanker, Bhanugopan, Van der Heijden, & Farrell, 2017) ทั้งนี้พฤติกรรมเชิง

นวัตกรรมถือเป็นผลจากแรงจูงใจของพนักงานซึ่งเกิดจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กร (Akram, Lei, Haider, & Hussain, 2018)

หนึ่งในสภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่ส่งผลเชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน ได้แก่ บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม (Organizational Innovative Climate) (Hsu & Chen, 2017; Ibrahim, Mohamad, & Shah, 2018; T.-Y. Kim, Wang, Schuh, & Liu, 2021; Liu, Chow, Zhang, & Huang, 2019; Y. Luo, Cao, Yin, Zhang, & Wang, 2018; Ren & Zhang, 2015) ซึ่งหมายถึง การรับรู้ของพนักงานในองค์กรเกี่ยวกับนโยบาย กระบวนการทำงาน การบริหารงานและการจัดสรรทรัพยากรที่สนับสนุน และยอมรับการสร้างแนวคิดใหม่หรือนวัตกรรมภายในองค์กร (Ibrahim et al., 2018; Liu et al., 2019; Y. Luo et al., 2018) เมื่อพนักงานรับรู้ความคาดหวังขององค์กรว่าองค์กรมีความต้องการให้พนักงานแสดงพฤติกรรมอย่างไร พนักงานจะกำหนดวิธีการปฏิบัติที่จะนำไปสู่การแสดงออกทางพฤติกรรมที่ตรงกับความคาดหวังขององค์กร (Scott & Bruce, 1994; Yuan & Woodman, 2010) ยิ่งไปกว่านั้นพนักงานจะรู้สึกมีคุณค่าและเป็นที่เคารพภายใต้บรรยากาศขององค์กรที่ให้การสนับสนุน พนักงานจะมีแรงจูงใจที่สูงขึ้นในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย (Hsu & Chen, 2017) จึงกล่าวได้ว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรอาจส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานและนำไปสู่ผลการปฏิบัติงานขององค์กรในที่สุด (Shanker et al., 2017) ดังนั้นความตั้งใจในการสร้างบรรยากาศการสนับสนุนนวัตกรรมภายในองค์กรจึงเป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับผู้นำและการบริหารองค์กรเป็นอย่างมาก ซึ่งบรรยากาศในองค์กรที่สนับสนุนนวัตกรรมเป็นสิ่งที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการเปลี่ยนแปลงได้ (Isaksen & Ekvall, 2010) ในเชิงวิชาการจะเห็นว่าการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมเป็นประเด็นที่นิยมในต่างประเทศ (เช่น Chang & Yang, 2012; Chou, Hsiao, Shen, & Chen, 2010; He, 2013; Huang, 2017; Liu et al., 2019; Y. Luo et al., 2018; Ren & Zhang, 2015; Scott & Bruce, 1994; Yuan & Woodman, 2010) ส่วนในประเทศไทยมีการศึกษาที่คล้ายคลึงกันบ้างแต่ยังไม่ได้แพร่หลายมากนัก เช่น งานวิจัยของ ตรีทิพ บุญแยม, วิลาสลักษณ์ ชิววัลลี, นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล, และภคพล อนุฤทธิ์ (2554)

ทั้งนี้การศึกษาผลของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรเพียงอย่างเดียว อาจไม่ได้ครอบคลุมปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานได้ทั้งหมด Peyton and Zigarmi (2021) อธิบายว่าการที่พนักงานรับรู้บรรยากาศในองค์กร ลักษณะเกี่ยวกับงานและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจะมีผลต่อความหลงใหลในงาน (Work Passion) ซึ่งการที่บุคคลมีความหลงใหลในงานจะนำไปสู่พฤติกรรมในการทำงานและพฤติกรรมความเป็นสมาชิกขององค์กรตามมา โดยความหลงใหลในงานแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่ 1) ความหลงใหลแบบกลมกลืน (Harmonious Passion)

หมายถึง การที่บุคคลมีความชอบและหลงใหลในการทำงาน อันเกิดจากการที่บุคคลยอมรับว่างานที่ทำงานเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์แห่งตน ซึ่งบุคคลจะเกิดการรับรู้ถึงอำนาจในการควบคุมตนเอง และยอมรับว่างานเหล่านั้นมีความสำคัญต่อตนเอง ทำให้บุคคลทุ่มเทเวลาและความพยายามในการทำงานให้สำเร็จ โดยยังสามารถรักษาสมดุลระหว่างการทำงานกับการดำเนินชีวิตในด้านอื่นได้อย่างลงตัว (Vallerand, 2012) จึงนำไปสู่ความพึงพอใจในการทำงานและลดความรู้สึกเชิงลบได้ (Vallerand, Paquet, Philippe, & Charest, 2010) และ 2) ความหลงใหลแบบหมกหมุ่น (Obsessive Passion) หมายถึง การที่บุคคลมีความชอบและหลงใหลในการทำงานอย่างมาก จนนำไปสู่การทำงานที่เข้มงวดและหมกหมุ่นอยู่กับการทำงาน ซึ่งทำให้เกิดความขัดแย้งกับการดำเนินชีวิตในด้านอื่นๆ และนำไปสู่ความพึงพอใจในงานที่ลดลงและผลกระทบเชิงลบต่อการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ความหลงใหลในงานทั้ง 2 ประเภทมีลักษณะที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิง บุคคลจึงมีลักษณะของความหลงใหลในงานเพียงลักษณะใดลักษณะหนึ่งเท่านั้น (Vallerand, 2015) กล่าวคือ เมื่อพนักงานรับรู้และประเมินบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การที่เกิดขึ้นจากความคิดและความรู้สึกเชิงบวก พนักงานย่อมเกิดความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน นำไปสู่ความตั้งใจในการทำงานของพนักงาน (Zigarmi, Houson, Witt, & Diehl, 2011)

การศึกษาของ Jan and Zainal (2020) ที่พบว่าความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน เป็นตัวแปรสื่อในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการร่วมมือกันขององค์การ (Cooperative Psychological Climate) ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกเช่นเดียวกับบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธุรกิจโรงแรมสี่ดาวและห้าดาวในปากีสถาน จึงสะท้อนให้เห็นว่าผลการศึกษาดังกล่าวสนับสนุนแนวคิดของ Peyton and Zigarmi (2021) ที่อธิบายว่าความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนเป็นตัวแปรสื่อกลาง (Mediator) ที่สำคัญระหว่างการรับรู้บรรยากาศภายในองค์การ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและลักษณะงานที่ทำกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงาน ในบริบทของประเทศไทย การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การกับพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน และกลไก (Mechanism) ในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมนวัตกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจธนาคารยังมีค่อนข้างน้อย ดังนั้น เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมมากขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยด้านความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนซึ่งมีแนวโน้มที่จะเป็นตัวแปรสื่อในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม โดยพิจารณาจากกลุ่มธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจและเทคโนโลยีดังที่กล่าวในตอนต้น แสดงให้เห็นว่าธุรกิจธนาคารมีการปรับตัวและสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและเพิ่มอำนาจในการแข่งขัน พนักงานธนาคารจึงถือเป็นแบบอย่างที่ดี

จะต้องพัฒนาพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอยู่เสมอ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาในบริบทของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในประเทศไทยซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดกว่าร้อยละ 90 ของธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบ (ธนาคารกรุงไทย, 2563) แสดงให้เห็นว่าธนาคารพาณิชย์กลุ่มนี้เป็นกลุ่มธนาคารที่มีสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก เพื่อนำไปสู่การเผยแพร่องค์ความรู้ใหม่ รวมถึงองค์การสามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้ในการบริหารงานด้านทรัพยากรมนุษย์เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอันเป็นผลเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์การต่อไป (Shanker et al., 2017)

## 1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาระดับของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การ ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานในธนาคารพาณิชย์ไทย
- 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การ ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานในธนาคารพาณิชย์ไทย
- 3) เพื่อศึกษาบทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานในธนาคารพาณิชย์ไทย

## 1.3 คำถามการวิจัย

- 1) บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การ ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยอยู่ในระดับใด
- 2) บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การ ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ อย่างไร
- 3) ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนเป็นตัวแปรสื่อในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยหรือไม่ อย่างไร

## 1.4 สมมติฐานการวิจัย

- 1) บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน
- 2) บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน
- 3) ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน
- 4) ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนเป็นตัวแปรสื่อในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

## 1.5 ขอบเขตการศึกษาวิจัย

เพื่อให้การศึกษา “ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย: บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน” เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขอบเขตการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งประกอบด้วยขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ขอบเขตด้านเนื้อหาในการศึกษา ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา และขอบเขตด้านเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

### 1.5.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร งานวิจัยนี้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพนักงานธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศไทย จำนวน 13 แห่ง ซึ่งมีจำนวนประชากร 128,909 (ข้อมูลปรับปรุงล่าสุด ณ เดือนสิงหาคม 2564) (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564)

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 457 คน ดำเนินการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยจำแนกตามขนาดธนาคารที่พนักงานปฏิบัติงานอยู่และแบ่งสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างให้สอดคล้องกับสัดส่วนประชากรในแต่ละกลุ่ม

### 1.5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหาในการศึกษา

พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน หมายถึง พฤติกรรมของพนักงานที่มุ่งสร้างสรรค์ แนะนำหรือประยุกต์ใช้แนวทางใหม่ในการสร้างผลิตภัณฑ์ พัฒนาระบบงานหรือใช้เทคโนโลยีใน

การทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานของตนเอง ที่มงานและความสำเร็จขององค์กร ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ (Janssen, 2000) ได้แก่ 1) การสร้างความคิด (Idea Generation) 2) การสนับสนุนความคิด (Idea Promotion) และ 3) การทำให้ความคิดให้เป็นจริง (Idea Realization)

บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร หมายถึง การรับรู้ของพนักงานในองค์กรเกี่ยวกับนโยบาย กระบวนการทำงาน การบริหารงานและการจัดสรรทรัพยากรที่สนับสนุนและยอมรับการสร้างแนวคิดใหม่หรือนวัตกรรมภายในองค์กร ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ (Y. Luo et al., 2018) ได้แก่ 1) ปรัชญาองค์กร (Organizational Philosophy) 2) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (Leadership Support) 3) การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน (Team Support) 4) การสนับสนุนด้านทรัพยากร (Resource Support) และ 5) ความยืดหยุ่นในการทำงาน (Job Flexibility)

ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน หมายถึง การที่บุคคลมีความชอบและหลงใหลในการทำงาน อันเกิดจากการที่บุคคลยอมรับว่างานที่ทำกลายเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์แห่งตน ซึ่งบุคคลจะเกิดการรับรู้ถึงอำนาจในการควบคุมตนเองและยอมรับว่างานเหล่านั้นมีความสำคัญต่อตนเอง ทำให้บุคคลทุ่มเทเวลาและความพยายามในการทำงานให้สำเร็จ โดยยังสามารถรักษาสมดุลระหว่างการทำงานกับการดำเนินชีวิตในด้านอื่นได้อย่างลงตัว ตามแนวคิดของ Vallerand, et al. (2003a)

พนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย หมายถึง พนักงานที่ทำงานในธนาคารพาณิชย์ซึ่งจดทะเบียนเป็นธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยที่ทำธุรกิจโดยการรับฝากเงินจากประชาชนทั่วไป การให้สินเชื่อ การซื้อขาย เงินตราต่างประเทศ การซื้อขายตัวแลกเปลี่ยนซึ่งรวมถึงการขายลดหรือขายช่วงลดตัวเงิน การรับรอง รับอวัล ค่าประกันตัวเงิน นอกจากนี้ยังให้บริการเพิ่มเติมในด้านการค้าประกันเงินกู้ยืม การให้บริการเกี่ยวกับ การชำระเงินและโอนเงิน และการเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการบริหารความเสี่ยงให้แก่ลูกค้า เช่น ตราสารอนุพันธ์ด้านอัตราดอกเบี้ย และอนุพันธ์ด้านอัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2558)

### 1.5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ ผู้วิจัยเริ่มต้นศึกษาตั้งแต่เดือนสิงหาคม ปี พ.ศ.2564 ถึงเดือนพฤษภาคม ปี พ.ศ.2565

### 1.5.4 ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาภายในธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศไทย

### 1.5.5 ขอบเขตด้านเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาในเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยรายละเอียดเบื้องต้นของแบบสอบถาม มีดังต่อไปนี้

- 1) แบบสอบถามพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของ Janssen (2000) จำนวน 9 ข้อ ประกอบด้วย 1) การสร้างความคิด (Idea Generation) จำนวน 3 ข้อ 2) การสนับสนุนความคิด (Idea Promotion) จำนวน 3 ข้อ และ 3) การทำให้ความคิดเป็นจริง (Idea Realization) จำนวน 3 ข้อ
- 2) แบบสอบถามบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรของ Liu (2011, อ้างใน Y. Luo et al., 2018) จำนวน 19 ข้อ แบ่งเป็น 1) ปรัชญาองค์กร (Organizational Philosophy) จำนวน 3 ข้อ 2) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (Leadership Support) จำนวน 4 ข้อ 3) การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน (Team Support) จำนวน 4 ข้อ 4) การสนับสนุนด้านทรัพยากร (Resource Support) จำนวน 4 ข้อ และ 5) ความยืดหยุ่นในการทำงาน (Job Flexibility) จำนวน 4 ข้อ
- 3) แบบสอบถามความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนของ (Vallerand, et al., 2003a) จำนวน 7 ข้อ

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยนี้จะสามารถสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น และองค์กรสามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้ในการบริหารงานด้านทรัพยากรมนุษย์ในด้านการสร้างบรรยากาศแต่ละด้านในทำงานให้เป็นรูปธรรม ทั้งด้านเป้าหมายขององค์กร การสนับสนุนทรัพยากรที่เพียงพอ การออกแบบลักษณะงานให้เอื้อต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมและการสนับสนุนจากผู้นำที่จะนำไปสู่การรับรู้ของพนักงานและการร่วมมือกันทำงานเป็นทีม นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์ในการวางแผนนโยบายที่ส่งเสริมทัศนคติหรืออารมณ์เชิงบวกของพนักงาน เพื่อให้พนักงานเกิดความสุขในการทำงาน เต็มใจที่จะทำงานตามหน้าที่ ความรับผิดชอบของตนเองให้สำเร็จ นำไปสู่พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานตามที่องค์กรคาดหวัง ซึ่งพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรในหลายด้าน ได้แก่ การลดกระบวนการทำงาน การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่และการบริการลูกค้า นำไปสู่ผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพขององค์กร ความได้เปรียบทางการแข่งขันและการรักษาส่วนแบ่งการตลาด ทั้งนี้ องค์กรที่มีบริบทคล้ายคลึงกับบริบทของธนาคารพาณิชย์ เช่น สถาบันการเงินลักษณะอื่นๆ ภายใต

การดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทยสามารถนำผลการศึกษาไปปรับใช้ในการดำเนินการบริหารทรัพยากรมนุษย์

รวมถึงการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาทั้งปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมคือ บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร และปัจจัยส่วนบุคคล คือ ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน ซึ่งถือว่าเป็นกรอบกลุ่มปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน ทั้งนี้ผู้วิจัยหรือนักวิชาการท่านอื่นสามารถนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการศึกษาบริบทธุรกิจอื่นเพื่อทดสอบว่าปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในลักษณะที่คล้ายคลึงกันหรือแตกต่างกันอย่างไร รวมถึงสามารถประยุกต์วิธีการศึกษาในงานวิจัยฉบับนี้กับปัจจัยด้านอื่นเพิ่มเติมเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานต่อไป



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย: บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา โดยจะนำเสนอตามลำดับหัวข้อ ดังต่อไปนี้

- 2.1 พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน (Innovative Work Behavior)
  - 2.1.1 นิยามและองค์ประกอบพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน
  - 2.1.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน
  - 2.1.3 ความสำคัญของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน
- 2.2 บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร (Organizational Innovation Climate)
  - 2.2.1 นิยามและองค์ประกอบบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร
  - 2.2.2 ความสำคัญของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร
- 2.3 ความหลงใหลในงาน (Work Passion)
  - 2.3.1 นิยามและองค์ประกอบความหลงใหลในงาน
  - 2.3.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความหลงใหลในงาน
  - 2.3.3 ความสำคัญของความหลงใหลในงาน
- 2.4 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร
  - 2.4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน
  - 2.4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน
  - 2.4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

2.4.4 บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนใน  
ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การกับ  
พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## 2.1 พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน ( Innovative Work Behavior)

นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง กระบวนการที่ถูกสร้างขึ้นมาจากความรู้ ซึ่งมีคุณค่าต่อเศรษฐกิจหรือสังคม โดยเกิดขึ้นผ่านการสร้าง การเผยแพร่ และการเปลี่ยนแปลงความรู้เพื่อสร้างหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงกระบวนการใหม่ที่เป็นประโยชน์ (Raykov, 2014) ความหมายของนวัตกรรมจึงเป็นความหมายที่กว้างและครอบคลุมในทุกบริบท ในช่วงแรก West and Farr (1989) ให้ความหมายพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม (Innovation at Work) ที่เจาะจงบริบทของการทำงานว่าเป็นความตั้งใจของบุคคลในการแนะนำหรือประยุกต์ใช้แนวคิดใหม่ การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และขั้นตอนการทำงานใหม่ในการทำงานของตนเอง ของหน่วยงาน หรือองค์การ ต่อมา Scott and Bruce (1994) ได้มีการศึกษาพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน โดยมีมุมมองว่า พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมเป็นพฤติกรรมที่ซับซ้อนของบุคคลซึ่งประกอบด้วย การสร้างความคิด การสนับสนุนความคิด และการลงมือทำเพื่อให้เป็นจริง สอดคล้องกับ Janssen (2000) ที่ให้ความหมายของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมว่าเป็นความตั้งใจของพนักงานในการสร้างและประยุกต์ใช้แนวคิดใหม่ในการทำงาน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการทำงานของตนเอง กลุ่ม หรือองค์การ และมีองค์ประกอบที่เหมือนกับของ Scott and Bruce (1994) ต่อมาแม้ว่าจะมีการศึกษาพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอยู่มาก แต่ความหมายและองค์ประกอบตามแนวคิดของ Janssen (2000) ยังคงนิยมถูกอ้างอิงในการศึกษาอย่างแพร่หลายจนถึงปัจจุบัน ในประเทศไทยได้มีการศึกษาพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมโดยมีแนวทางการใช้คำที่หลากหลาย เช่น พฤติกรรมสร้างนวัตกรรม (ตรีทิพ บุญแย้ม และคณะ, 2554) พฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในการทำงาน (ประเวช ชุ่มเกษรกุลกิจ และศจีมาจ ณ วิเชียร, 2561) พฤติกรรมเชิงนวัตกรรม (โชติกา จันทร์อยู่, 2562) เมื่อพิจารณาคำจำกัดความในการศึกษาพบว่ามีความคล้ายคลึงกันและบางงานวิจัยได้อ้างอิงความหมายของนักวิชาการกลุ่มเดียวกัน จึงสะท้อนว่าแม้การศึกษาของนักวิจัยแต่ละกลุ่มจะใช้คำที่แตกต่างกันแต่ก็ศึกษาเรื่องเดียวกัน ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงเลือกใช้คำว่า “พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน (Innovative Work Behavior)” เนื่องจากเป็นคำที่ครอบคลุมพฤติกรรมในการสร้างและการปรับปรุงนวัตกรรมโดยเฉพาะเจาะจงถึงบริบทของการทำงานยิ่งขึ้น

### 2.1.1 นวัตกรรมและองค์ประกอบพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน ( Innovative Work Behavior)

พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานถือเป็นกุญแจสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร จึงมีนักวิจัยและนักวิชาการที่สนใจศึกษาพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม โดยให้ความหมายไว้อย่างหลากหลายตั้งแต่บริบทที่กว้างจนถึงบริบทที่เฉพาะเจาะจง ดังแสดงในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 นวัตกรรมของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

แหล่งที่มา	นิยาม
West and Farr (1989)	ความตั้งใจของพนักงานในการแนะนำหรือประยุกต์ใช้แนวคิดใหม่ การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และขั้นตอนการทำงานใหม่ในการทำงานของตนเอง ของหน่วยงานหรือองค์กร
Scott and Bruce (1994)	พฤติกรรมที่ซับซ้อนของบุคคลซึ่งประกอบด้วย การสร้างความคิด การสนับสนุนความคิด และการลงมือทำเพื่อให้เป็นจริง
Janssen (2000)	ความตั้งใจของพนักงานในการสร้างและประยุกต์ใช้แนวคิดใหม่ในการทำงาน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการทำงานของตนเอง กลุ่ม หรือองค์กร
Kleysen and Street (2001)	พฤติกรรมของบุคคลที่จะสร้างสรรค์ แนะนำหรือปรับใช้แนวทางใหม่ในการทำงาน โดยการพัฒนาแนวคิด ขั้นตอนการทำงาน หรือการใช้เทคโนโลยีในการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลแก่การดำเนินงานขององค์กร
JP De Jong and Den Hartog (2008)	พฤติกรรมของบุคคลที่มีจุดมุ่งหมายที่จะริเริ่มแนวคิดในการทำงานหรือการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ในงานของตนเอง กลุ่ม หรือองค์กร
Yuan and Woodman (2010)	ความสามารถของพนักงานในการสร้างสรรค์ความคิดใหม่ ผลิตภัณฑ์ กระบวนการหรือขั้นตอนในงานหน่วยงานหรือแม้แต่ในองค์กรโดยรวม
Tuominen and	พฤติกรรมที่มุ่งสร้างสรรค์และใช้ประโยชน์จากสิ่งใหม่เพื่อประโยชน์ในการ

แหล่งที่มา	นิยาม
Toivonen (2011)	ทำงานขององค์กร
Chang and Yang (2012)	การที่บุคคลมีการสร้างแนวคิดหรือความคิดใหม่เพื่อแก้ปัญหาและมีการดำเนินการให้แนวคิดสร้างเกิดขึ้นจริง
De Spiegelaeere, Van Gyes, De Witte, Niesen, and Van Hootegem (2014)	พฤติกรรมของพนักงานที่มุ่งสร้างแนวคิด แนะนำ หรือประยุกต์ใช้แนวคิดใหม่ในกระบวนการทำงาน การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานหรือองค์กร
Thurlings, Evers, and Vermeulen (2015)	การสร้างสรรค์ พัฒนา ส่งเสริม และประยุกต์ใช้ความรู้ของพนักงาน เพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติงานในองค์กร
Wojtczuk-Turek and Turek (2015)	พฤติกรรมที่มุ่งสร้าง ส่งเสริมแนวคิดใหม่ในการทำงานของตนเอง ทีมงาน หรือองค์กรและทำให้แนวคิดใหม่นั้นบรรลุผลเพื่อให้การทำงานของทีมงานหรือองค์กรมีประสิทธิภาพ
Akram et al. (2018)	การค้นพบ การเสนอแนะ และการนำแนวคิดที่ได้ไปปฏิบัติในงานที่ทำซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผลการปฏิบัติงานขององค์กร
ตรีทิพ บุญแยม และคณะ (2554)	พฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกถึงกระบวนการคิด การนำเสนอความคิด และนำความคิดที่มีประโยชน์และแปลกใหม่ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการทำงานของตนเองที่ได้รับมอบหมายของทีมหรือองค์กร
แก้วตา สรอตติศักดิ์ (2560)	พฤติกรรมที่แสดงออกถึงการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน การหาโอกาสในการเรียนรู้ เพื่อเพิ่มความรู้ความสามารถในการสร้างสิ่งใหม่ ปรับปรุงการทำงาน ประยุกต์ใช้ความคิดใหม่ในการจัดการองค์การรวมถึงส่งเสริมให้เพื่อนร่วมงานเห็นความสำคัญการสร้างนวัตกรรม

แหล่งที่มา	นิยาม
ประเวช ชุ่มเกษรกุล กิจ และศจีมาจ ณ วิเชียร (2561)	พฤติกรรมของพนักงานในกระบวนการใดกระบวนการหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการ สร้าง การสนับสนุน หรือการปรับใช้ความคิด กระบวนการทำงาน ผลลัพธ์ ใหม่ในงานของตัวเองในกลุ่มงานหรือองค์การ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งใหม่ในบริบท งานนั้นและมีแนวโน้มที่จะสามารถแก้ไขปัญหาขององค์การได้

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยสามารถสรุปได้ว่าพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน คือ พฤติกรรมของพนักงานที่มุ่งสร้างสรรค์ แนะนำ หรือประยุกต์ใช้แนวทางใหม่ในการสร้าง  
ผลลัพธ์ พัฒนากระบวนการหรือใช้เทคโนโลยีในการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล  
ในการทำงานของตนเอง ทีมงาน และความสำเร็จขององค์การ

พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอาจมีความหมายคล้ายคลึงกับความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) แต่ในความเป็นจริง ความคิดสร้างสรรค์หมายถึง ศักยภาพในการสร้างสรรค์ความคิดใหม่  
ที่เหมาะสมและมีประโยชน์ (Sternberg, 2001) ซึ่งแตกต่างกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน  
ที่จะมีวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน คือเพื่อให้เกิดประโยชน์บางประการและมีการนำไปใช้ที่ชัดเจนขึ้น ซึ่ง  
จะมีการสำรวจโอกาสและการสร้างความคิดใหม่ และอาจรวมถึงพฤติกรรมที่มุ่งสู่การเปลี่ยนแปลง  
ประยุกต์ใช้ความรู้ใหม่ หรือปรับปรุงกระบวนการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพส่วนบุคคลหรือธุรกิจ (JP De  
Jong & Den Hartog, 2008) พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมจึงเป็นชุดของพฤติกรรมที่ประกอบด้วยการ  
สร้างสรรค์ความคิดใหม่ การสนับสนุนแนวคิดภายในองค์การ และช่วยให้สามารถนำแนวคิดเหล่านั้น  
ไปปฏิบัติให้เกิดขึ้น (Janssen, 2000; Scott & Bruce, 1994; West & Farr, 1989) ดังนั้นความคิด  
สร้างสรรค์จึงถือเป็นรากฐานในกระบวนการแรกคือการสร้างความคิดของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม  
(Van de Ven, 1986)

จากการศึกษาของนักวิจัยบางกลุ่มปรากฏองค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน 2 องค์ประกอบ ได้แก่ การสร้างความคิดใหม่ (Idea Generation) และการทำความคิดให้เป็น  
จริง (Idea Implementation) คือการสร้างแนวความคิดใหม่และทำให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อ  
งานของตนเองหรือองค์การ (De Spiegelaere, Van Gyes, De Witte, et al., 2014; Hsu & Chen,  
2017; Ren & Zhang, 2015; Yuan & Woodman, 2010) ซึ่งการแบ่งเป็น 2 องค์ประกอบทำให้  
ง่ายต่อการทำความเข้าใจแต่อย่างไรก็ยังไม่ได้รับความนิยมมากนัก ในขณะที่เดียวกันนักวิชาการอีกกลุ่มได้มี  
การศึกษาพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมโดยแบ่งเป็น 3 องค์ประกอบ คือ การสร้างความคิดใหม่ (Idea  
Generation) และได้แยกการสนับสนุนความคิด (Idea Promotion) ออกจากการทำความคิดให้เป็น  
จริง (Idea Implementation) จึงทำให้ได้ 3 องค์ประกอบด้วยกัน ซึ่งแนวคิดนี้ได้รับความนิยมอย่าง  
แพร่หลายตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (Janssen, 2000; Liu et al., 2019; Nijenhuis, 2015; Scott &

Bruce, 1994; ตรีทิพ บุญเยี่ยม และคณะ, 2554) เมื่อมีผู้สนใจศึกษาเรื่องพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมจำนวนมากจึงทำให้เกิดมุมมองที่หลากหลายมากขึ้น นักวิจัยอีกกลุ่มหนึ่งได้นำแนวคิดองค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม 3 องค์ประกอบมาต่อยอดในการศึกษาและพัฒนาโดย JP De Jong and Den Hartog (2008) เสนอว่าองค์ประกอบด้านการสร้างความคิดใหม่สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือการแสวงหาโอกาสและการสร้างความคิดใหม่ จึงสรุปได้ว่าพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมมี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การแสวงหาโอกาส (Opportunity Exploration) การสร้างความคิดใหม่ (Idea Generation) การสนับสนุนความคิด (Idea Promotion) การทำความคิดให้เป็นจริง (Idea Implementation) อย่างไรก็ตาม Kleysen and Street (2001) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมโดยได้แบ่งเป็น 5 องค์ประกอบ ได้แก่ การสำรวจโอกาส (Opportunity Exploration) การสร้างความคิด (Idea Generation) การพัฒนาความคิด (Formative Investigation) การสนับสนุนความคิด (Idea Championing) และการทำความคิดให้เป็นจริง (Idea Application)

แม้ในการศึกษาจะมีจำนวนองค์ประกอบที่แตกต่างกัน แต่จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมได้ถูกพัฒนามาจากรากฐานแนวคิดเดียวกัน ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของนักวิจัยทุกกลุ่มจึงครอบคลุมทั้งการสร้างความคิดใหม่และการทำความคิดให้เป็นจริง ทั้งนี้ De Spiegelare, Van Gyes, and Van Hootegem (2014) ได้สรุปองค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมไว้ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

แหล่งที่มา: ประเวศ ชุ่มเกษรกุลกิจ และศจีมาจ ณ วิเชียร (2561)

การศึกษาองค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันจึงมีความหลากหลายและนักวิจัยแต่ละกลุ่มได้สรุปองค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมที่แตกต่างกันดังแสดงในตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 องค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

แหล่งที่มา	องค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน				
	การสำรวจโอกาส	การสร้างความคิด	การพัฒนาความคิด	การหาแนวร่วมสนับสนุนความคิด	การทำให้เกิดขึ้นจริง
<b>2 องค์ประกอบ</b>					
Yuan and Woodman (2010)		✓			✓
De Spiegelaere, Van Gyes, De Witte, et al. (2014)		✓			✓
Ren and Zhang (2015)		✓			✓
Hsu and Chen (2017)		✓			✓
<b>3 องค์ประกอบ</b>					
Scott and Bruce (1994)		✓		✓	✓
Janssen (2004)		✓		✓	✓
Chang and Yang (2012)		✓		✓	✓
Nijenhuis (2015)		✓		✓	✓
Wojtczuk-Turek and Turek (2015)		✓		✓	✓
W. Kim and Park (2017)		✓		✓	✓
Akram et al. (2018)		✓		✓	✓
Ibrahim et al. (2018)		✓		✓	✓
Woods, Mustafa, Anderson, and Sayer (2018)		✓		✓	✓
Liu et al. (2019)		✓		✓	✓
ตรีทิพ บุญแย้ม และคณะ (2554)		✓		✓	✓
<b>4 องค์ประกอบ</b>					
West and Farr (1989)		✓	✓	✓	✓
JP De Jong and Den Hartog (2008)	✓	✓		✓	✓

แหล่งที่มา	องค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน			
Afsar and Umrani (2019)	✓	✓	✓	✓
5 องค์ประกอบ				
Kleysen and Street (2001)	✓	✓	✓	✓

จากการทบทวนองค์ประกอบพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน ที่นักวิจัยได้ศึกษาไว้ พบว่านักวิจัยส่วนใหญ่นิยมศึกษาพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมใน 3-4 องค์ประกอบ โดยในการศึกษาแบบ 3 องค์ประกอบนิยมอ้างอิงจากงานวิจัยของ Janssen (2004) และในการศึกษาแบบ 4 องค์ประกอบนิยมอ้างอิงงานวิจัยของ JP De Jong and Den Hartog (2008) ทั้งนี้ผู้วิจัยเลือกแบ่งพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมเป็น 3 องค์ประกอบตามแนวคิดของ Janssen (2004) เนื่องจากเป็นแนวคิดที่นิยมใช้ศึกษาอย่างแพร่หลายและจากการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้าง (Confirmatory Factor Analysis หรือ CFA) ของ Woods et al. (2018) ยืนยันว่าพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่

1. การสร้างความคิด (Idea Generation) หมายถึง การรับรู้ประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับงานซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการสร้างความคิดแปลกใหม่และมีประโยชน์ต่อกระบวนการทำงานและการออกแบบผลิตภัณฑ์
2. การสนับสนุนความคิด (Idea Promotion) หมายถึง การแสวงหาและชักชวนเพื่อนร่วมงานหรือผู้มีอำนาจในองค์กรเพื่อให้สนับสนุนความคิดใหม่ที่สร้างขึ้น
3. การทำให้ความคิดให้เป็นจริง (Idea Realization) หมายถึง การประยุกต์ใช้ความคิดใหม่ในกระบวนการทำงานและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มงานหรือองค์การทั้งหมดให้เกิดขึ้นจริง

อย่างไรก็ตามลักษณะของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมไม่ได้เป็นขั้นตอนที่ต่อเนื่องกัน ดังนั้นบุคคลจึงสามารถเกิดพฤติกรรมในแต่ละองค์ประกอบได้ตลอดเวลา (Janssen, 2000) ดังนั้นผู้วิจัยจึงหาความสัมพันธ์โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับในรายองค์ประกอบและโดยรวมของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมด้วย

### 2.1.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ บุคลิกภาพ ซึ่งสะท้อนแรงจูงใจ ความคิดและความรู้สึกของพนักงานได้ ทั้งนี้แรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม ได้แก่
  - (1) บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to Experience) โดยบุคคลที่มีบุคลิกภาพดังกล่าวจะมีความสนใจในสิ่งใหม่ๆ เปิดรับประสบการณ์ใหม่ มีการปรับตัวได้ดีต่อการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร (Robbins & Judge, 2018) จึงสามารถนำไปสู่พฤติกรรมสร้างสรรค์กระบวนการทำงานหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ได้
  - (2) บุคลิกภาพเชิงรุก (Proactive Personality) โดยบุคคลที่มีความคิดริเริ่มในการปรับปรุงและพัฒนาสิ่งใหม่ จะแสวงหาโอกาสใหม่ ริเริ่มทำสิ่งใหม่และลงมือปฏิบัติด้วยความเพียรพยายามจนบรรลุผลสำเร็จ (Robbins & Judge, 2018) ถือได้ว่าบุคคลที่มีบุคลิกภาพเชิงรุกมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน
  - (3) การรับรู้ความสามารถของตน (Self-Efficacy) โดยบุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในระดับที่สูงจะเกิดแรงจูงใจในการทำงานเพื่อให้งานสำเร็จ ซึ่งจะใช้ความพยายาม ท่วมเทในงาน มองว่างานที่ทำมีความท้าทาย (พงษ์จันทร์ ภูเขาพานิชย์, 2561) ถือว่าบุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนมีแนวโน้มที่จะเกิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน หากบุคคลรู้ว่าตนเองสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมที่คิดขึ้นมาได้
- 2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม
  - (1) สภาพแวดล้อมทางสังคม (Social Context) โดยบรรทัดฐานที่ปฏิบัติในที่ทำงานจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งบุคคลจะมีแนวโน้มที่จะแสดงออกตามความคาดหวังหรือแนวทางปฏิบัติที่คนส่วนใหญ่กระทำ (Manstead, 1999) จึงกล่าวได้ว่าหากบุคคลรู้ว่าพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมเป็นพฤติกรรมที่องค์กรต้องการและเป็นพฤติกรรมที่คนส่วนใหญ่แสดงออก บุคคลย่อมแสดงออกถึงพฤติกรรมดังกล่าวตามบรรทัดฐานของสังคม
  - (2) อิสระในการทำงาน (Autonomy) เป็นคุณลักษณะงานที่พนักงานสามารถตัดสินใจในการทำงานด้วยตนเอง มีโอกาสที่จะทำงานด้วยวิธีการใหม่และผสมผสานขั้นตอนการทำงานที่เป็นประโยชน์ โดยบุคคลที่มีอิสระในการทำงานที่สูงจะมีการสร้างสรรค์แนวทางในการทำงานประจำในรูปแบบใหม่ (Volmer, Spurk, & Niessen, 2012) บุคคลจึงมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปรับปรุง พัฒนาหรือ

สร้างสรรค์กระบวนการทำงานและผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานของตนเองและองค์กร

- (3) การแลกเปลี่ยนระหว่างผู้นำกับสมาชิก (Leader-Member Exchange) เป็นรูปแบบที่ใช้อธิบายความสัมพันธ์ของการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้นำและสมาชิกในองค์การหรือในกลุ่มงาน โดยเกิดจากการที่ทั้งสองฝ่ายมีความไว้วางใจ เชื่อมั่น ยอมรับซึ่งกันและกัน เกิดเป็นสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน ซึ่งจะทำให้ได้รับข้อมูลมากกว่า ได้รับอิสระในการตัดสินใจและก่อให้เกิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม (ไซติกา จันทรอยู่, 2562)
- (4) รูปแบบของภาวะผู้นำ (Leadership Style) ได้แก่ ผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) เป็นรูปแบบของผู้นำที่แสดงพฤติกรรมเป็นต้นแบบสำหรับผู้ใต้บังคับบัญชา กระตุ้นและสนับสนุนพฤติกรรมการทำงานที่เป็นนวัตกรรมใหม่ โดยมีการสนับสนุน ให้คำปรึกษาและสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีแรงจูงใจในการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวิสัยทัศน์ร่วมกันขององค์กร รูปแบบของผู้นำการเปลี่ยนแปลงจึงส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน (Afsar & Umrani, 2019) นอกจากนี้ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership) ก็มีผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม โดยที่ผู้บังคับบัญชาที่มีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมจะพยายามค้นหากลยุทธ์ในการทำงาน หรือเทคโนโลยีใหม่ที่จะนำมาใช้ในการทำงาน เพื่อให้ผลงานมีคุณภาพดีกว่าเดิม ซึ่งจะกระตุ้น จูงใจและสร้างค่านิยมให้พนักงานในองค์การเกิดความร่วมมือในการทำงานเพื่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานขององค์กร (นงนุช หอมเนียม, 2563)

### 2.1.3 ความสำคัญของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานมีความสำคัญต่อผลการปฏิบัติงานทั้งระดับบุคคล หน่วยงานและระดับองค์กร ดังนี้

- 1) ผลการปฏิบัติงานระดับบุคคล (Job Performance) โดยพนักงานที่มีพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม จะมีความเต็มใจในการเรียนรู้ สืบค้น และริเริ่มความคิดใหม่ๆ ส่งผลให้เกิดการแก้ไขปัญหาเร่งด่วนและการปรับปรุงงาน นำไปสู่ประสิทธิภาพการทำงานที่สูงขึ้น ดังนั้นเมื่อพนักงานมีแรงจูงใจในการค้นหาข้อมูลใหม่ในระหว่างการสร้างสรรค์นวัตกรรม จึงเกิดการพัฒนาความสามารถและการเรียนรู้เพิ่มขึ้นและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มผลการปฏิบัติงานด้วย (Nguyen, Le, Trinh, & Do, 2019) ดังนั้นพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในงานจึงมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (เต็มสิริ ทองศิริพันธ์ และจุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงษ์, 2564)

- 2) ผลการปฏิบัติงานระดับองค์กร (Organization Performance) โดยนวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญที่จะเพิ่มผลการปฏิบัติขององค์กรและเป็นตัวสะท้อนให้เห็นว่าองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการสร้างนวัตกรรมของพนักงานสามารถประสบความสำเร็จในการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดซึ่งนำไปสู่ผลประกอบการด้านกำไรที่สูงขึ้นและยังได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนด้วย (Shanker et al., 2017)

## 2.2 บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร (Organizational Innovation Climate)

บรรยากาศในองค์กร (Organizational Climate) หมายถึง การรับรู้ มุมมอง หรือความเชื่อที่พนักงานมีต่อองค์กรจากการประเมินเหตุการณ์ นโยบายองค์กร และปฏิสัมพันธ์ในการทำงานที่เกิดขึ้น (Hunter, Bedell, & Mumford, 2007; Ibrahim et al., 2018) โดยการรับรู้ความคาดหวังขององค์กรว่าองค์กรมีความต้องการให้พนักงานมีพฤติกรรมอย่างไร และพนักงานจะกำหนดเครื่องมือหรือวิธีการปฏิบัติที่จะนำไปสู่การแสดงออกทางพฤติกรรมที่ตรงกับความคาดหวังขององค์กร (Scott & Bruce, 1994; Yuan & Woodman, 2010) ในขณะเดียวกัน Anderson and West (1998) ได้เสนอว่ากรนิยามบรรยากาศในองค์กรมีอยู่ 2 แนวทาง คือ 1) กระบวนการของแผนการรู้การคิด (Cognitive Schema Approach) เป็นการรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในระดับบุคคล โดยใช้ประสบการณ์ที่ใกล้เคียงกับสิ่งที่เกิดขึ้น ในการตีความและให้ความหมายกับเหตุการณ์เหล่านั้น 2) การรับรู้ร่วมกัน (Shared Perception Approach) เป็นการรับรู้ร่วมกันของพนักงานในองค์กร เกี่ยวกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นรอบตัว นโยบายองค์กร กระบวนการทำงาน และปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลภายในองค์กร แม้ทั้ง 2 แนวทางจะให้ความสำคัญกับการรับรู้ของพนักงานในระดับที่แตกต่างกัน แต่มุมมองที่เหมือนกันคือการอธิบายบรรยากาศในองค์กรว่าเป็นการรับรู้ของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่เกิดขึ้นในองค์กรในแต่ละด้าน ดังนั้นนักวิจัยที่สนใจศึกษาเรื่องบรรยากาศในองค์กรจึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาบรรยากาศภายในองค์กรตามการรับรู้ของพนักงานมากกว่าสิ่งที่เกิดขึ้นตามที่องค์กรได้ระบุไว้ (Al-Shammari, 1992; Ardichvili, Page, & Wentling, 2003; Bock, Zmud, Kim, & Lee, 2005; Grojean, Resick, Dickson, & Smith, 2004)

### 2.2.1 นิยามและองค์ประกอบบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร

Schneider and Reichers (1983) ได้ระบุว่าบรรยากาศภายในองค์กรเป็นบริบทที่ค่อนข้างกว้าง การศึกษาบรรยากาศในองค์กรโดยไม่ระบุประเด็นในการศึกษาอย่างเฉพาะเจาะจงจึงไม่ก่อให้เกิดประโยชน์มากนัก นักวิจัยที่สนใจศึกษาบรรยากาศภายในองค์กรจึงมักจะระบุประเด็นในการศึกษาให้ชัดเจนขึ้น เช่น บรรยากาศการทำงานอย่างมีจริยธรรม (Ethical Work Climate) (Agarwal & Malloy, 1999; Sims & Keon, 1997) หรือบรรยากาศการสื่อสารภายในองค์กร (Communication Climate) (Bartels, Pruyn, De Jong, & Joustra, 2007; Van Den Hooff & De Ridder, 2004) ทั้งนี้ผู้วิจัยสนใจศึกษาบรรยากาศในองค์กรโดยมุ่งประเด็นของการส่งเสริมนวัตกรรม (Organizational Innovation Climate) โดยอ้างอิงจากความหมายของบรรยากาศในองค์กรเป็นรากฐานในการศึกษา จึงสามารถสรุปได้ว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรคือการรับรู้ของพนักงานว่าองค์กรมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมในการทำงานภายในองค์กร (Liu et al., 2019) มีการสนับสนุนให้สมาชิกทำงานอย่างอิสระในการแสวงหาแนวคิดใหม่ ยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคลและจัดสรรทรัพยากร เช่น อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกหรือเวลาที่เพียงพอต่อการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ (Scott & Bruce, 1994) เมื่อพนักงานรู้สึกได้รับการสนับสนุน มีคุณค่า และเป็นที่เคารพในองค์กร พนักงานจะมีแรงจูงใจที่สูงขึ้นในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย (Hsu & Chen, 2017; Martins & Terblanche, 2003) การสร้างบรรยากาศการสนับสนุนนวัตกรรมภายในองค์กรจึงเป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับผู้นำและผู้บริหารองค์กรเป็นอย่างมาก ซึ่งบรรยากาศในองค์กรที่สนับสนุนนวัตกรรมเป็นสิ่งที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการเปลี่ยนแปลง โดยมีการแบ่งปัน สร้างความคิดและข้อเสนอแนะต่อกันในกลุ่มพนักงาน (Isaksen & Ekvall, 2010)

นักวิจัยที่ศึกษาบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร มีการใช้คำเรียกอย่างหลากหลาย เช่น Psychological Climate for Innovation (Scott & Bruce, 1994) Innovative Organizational Climate (Turnipseed & Turnipseed, 2013) Organizational Innovation Climate (Hsu & Fan, 2010; T.-Y. Kim et al., 2021; Liu et al., 2019; Ren & Zhang, 2015) Climate for Innovation (Park & Jo, 2018) หรือบรรยากาศในการส่งเสริมนวัตกรรม (โชติกาจันทร์อยู่, 2562) แต่เมื่อทบทวนความหมายที่นักวิจัยได้ให้ไว้พบว่าความหมายที่ใช้ในการศึกษามีความใกล้เคียงกัน จึงถือได้ว่าเป็นการศึกษาในเรื่องเดียวกัน เพียงแต่อาจจะให้คำเรียกที่แตกต่างกันดังตารางที่ 2.3 ซึ่งในการศึกษานี้ผู้วิจัยจะเลือกใช้คำว่า “บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร (Organizational Innovation Climate)”

ตารางที่ 2.3 นิยามของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร

แหล่งที่มา	นิยาม
Scott and Bruce (1994)	การสนับสนุนให้สมาชิกทำงานอย่างอิสระในการแสวงหาแนวคิดใหม่ ยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล และจัดสรรทรัพยากร เช่น อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกหรือเวลาที่เพียงพอต่อการสร้างสรรค์สิ่งใหม่
Y. Luo et al. (2018)	การรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับนโยบาย กระบวนการทำงาน การบริหารงานภายในองค์กร รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่สนับสนุนการสร้างนวัตกรรมในองค์กร ทั้งทางตรงและทางอ้อม
Ibrahim et al. (2018)	การรับรู้ร่วมกันของบุคคลเกี่ยวกับการปฏิบัติ กระบวนการทำงาน และพฤติกรรมที่ส่งเสริมและยอมรับการสร้างแนวคิดใหม่
Pa'wan and Omar (2018)	บรรยากาศในองค์กรที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน ซึ่งมีการจัดสรรทรัพยากร เวลา บุคลากร และเงินทุนที่เพียงพอต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม
Afsar and Umrani (2019)	การรับรู้ร่วมกันของพนักงานเกี่ยวกับนโยบาย แนวทางปฏิบัติที่สนับสนุนให้พนักงานเกิดความคิดริเริ่ม และหาแนวทางในการสร้างนวัตกรรมในองค์กร
Liu et al. (2019)	การรับรู้ของพนักงานว่าองค์กรมุ่งเน้นการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่ศึกษาบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร สามารถสรุปได้ว่า บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรเป็นการรับรู้ของพนักงานในองค์กรเกี่ยวกับนโยบาย กระบวนการทำงาน การบริหารงานและการจัดสรรทรัพยากรที่สนับสนุนและยอมรับการสร้างแนวคิดใหม่หรือนวัตกรรมภายในองค์กร

ทั้งนี้ยังวิจัยได้แบ่งองค์ประกอบของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร โดยมีบางองค์ประกอบที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกันตามการศึกษาดังตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 องค์ประกอบของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร

แหล่งที่มา	องค์ประกอบ
Scott and Bruce (1994)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การสนับสนุนนวัตกรรม (Support for Innovation) ประกอบด้วย การเปิดรับการเปลี่ยนแปลง การสนับสนุนความคิดใหม่ของสมาชิก และการยอมรับความหลากหลายของสมาชิก</li> <li>2) การจัดสรรทรัพยากร (Resources Supply)</li> </ol>
Chou et al. (2010)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) อิสระในงาน (Job Autonomy)</li> <li>2) ผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership)</li> <li>3) การสนับสนุนด้านทรัพยากร (Resource Support)</li> <li>4) วัฒนธรรมเชิงนวัตกรรม (Innovative Culture)</li> <li>5) ความสามัคคีในกลุ่มงาน (Group Cohesion)</li> </ol>
Hsu and Fan (2010)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การสนับสนุนจากองค์กร (Organizational Encouragement)</li> <li>2) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (Supervisory Encouragement)</li> <li>3) การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน (Workgroup Support)</li> <li>4) อิสระในการทำงาน (Freedom)</li> <li>5) ทรัพยากรที่เพียงพอ (Sufficient Resources)</li> <li>6) งานที่มีความท้าทาย (Challenging Work)</li> <li>7) อุปสรรคในองค์กร (Organizational Impediments)</li> </ol>
Chang and Yang (2012)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การสนับสนุนจากองค์กร (Organizational Support)</li> <li>2) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (Supervisor Encouragement)</li> <li>3) ทรัพยากรที่เพียงพอ (Rich Resources)</li> </ol>
Ren and Zhang (2015)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) ความร่วมมือในทีม (Team Collaboration)</li> <li>2) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (Superior Support)</li> <li>3) ทรัพยากรที่เพียงพอ (Sufficient Resources)</li> <li>4) การสนับสนุนจากองค์กร (Organizational Encouragement)</li> <li>5) อิสระในงาน (Autonomous Work)</li> </ol>

แหล่งที่มา	องค์ประกอบ
Hsu and Chen (2017)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การสนับสนุนจากองค์กร (Organizational Encouragement)</li> <li>2) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (Supervisory Encouragement)</li> <li>3) การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน (Workgroup Support)</li> <li>4) อิสระในงาน (Freedom)</li> <li>5) ทรัพยากรที่เพียงพอ (Sufficient Resources)</li> <li>6) ลักษณะงานที่ท้าทาย (Challenging Work)</li> <li>7) อุปสรรคในองค์กร (Organizational Impediments)</li> <li>8) การเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Development)</li> <li>9) พื้นที่หรือโอกาสในการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Space)</li> </ol>
Ibrahim et al. (2018)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การสนับสนุนนวัตกรรม (Support for Innovation)</li> <li>2) วัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture) ซึ่งแบ่งเป็น 2 มิติย่อย ได้แก่ วัฒนธรรมที่มุ่งเน้นการแข่งขัน (Competitiveness) และวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นผลการปฏิบัติงาน (Performance Orientation)</li> </ol>
Y. Luo et al. (2018)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน (Team Support)</li> <li>2) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (Leadership Support)</li> <li>3) ปรัชญาองค์กร (Organizational Philosophy)</li> <li>4) การสนับสนุนด้านทรัพยากร (Resource Support)</li> <li>5) ความยืดหยุ่นในการทำงาน (Job Flexibility)</li> </ol>
Park and Jo (2018)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การสนับสนุนนวัตกรรม (Support for Innovation)</li> <li>2) การจัดสรรทรัพยากร (Resources Supply)</li> </ol>
Pa'wan and Omar (2018)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การสนับสนุนนวัตกรรม (Support for innovation) คือ สนับสนุนความคิดริเริ่ม โดยเปิดใจรับการเปลี่ยนแปลงและยอมรับความหลากหลายของสมาชิกในองค์กร</li> <li>2) การจัดหาทรัพยากร (Resource supply) คือ การจัดสรรทรัพยากรด้านเงินทุน บุคลากรและเวลาให้เพียงพอต่อการสร้าง</li> </ol>

แหล่งที่มา	องค์ประกอบ
	นวัตกรรม
Liu et al. (2019)	1) การจากเพื่อนร่วมงาน (Coworker Support) 2) การจากผู้บังคับบัญชา (Supervisory Support) 3) การสนับสนุนจากองค์กร (Organizational Support)

จากการแบ่งองค์ประกอบข้างต้น สามารถสรุปองค์ประกอบของบรรยากาศการส่งเสริม  
 นวัตกรรมในองค์กรเป็น 5 ด้าน ได้แก่ การสนับสนุนจากองค์กร การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา  
 การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน การสนับสนุนด้านทรัพยากร และลักษณะงานที่สนับสนุนการสร้าง  
 นวัตกรรม ผู้วิจัยจึงได้ทำการเปรียบเทียบแต่ละองค์ประกอบตามที่นักวิจัยทำการศึกษาไว้ และ  
 ส ำ ม ำ ร ถ ส ร ู ป ไ ต่ ต้ ง ต ำ ร ำ ง ที่ 2.5

ตารางที่ 2.5 การเปรียบเทียบองค์ประกอบของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การในแต่ละด้าน

แหล่งที่มา	องค์ประกอบของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การ					ลักษณะงานที่สนับสนุน การสร้างนวัตกรรม
	การสนับสนุนจาก องค์การ	การสนับสนุนจาก ผู้บังคับบัญชา	การสนับสนุนจาก เพื่อนร่วมงาน	การสนับสนุนด้าน ทรัพยากร	การสนับสนุนด้าน ทรัพยากร	
Scott and Bruce (1994)	✓ การสนับสนุนนวัตกรรม	✓		✓ การจัดสรรทรัพยากร	✓	
Chou et al. (2010)	✓ วัฒนธรรมเชิง นวัตกรรม	✓ ผู้นำเชิงนวัตกรรม	✓ ความสามัคคีในกลุ่ม งาน	✓ การสนับสนุนด้าน ทรัพยากร	✓	อิสระในงาน
Hsu and Fan (2010)	✓ -การสนับสนุนจาก องค์การ -อุปสรรคในองค์การ	✓ การสนับสนุนจาก ผู้บังคับบัญชา	✓ การสนับสนุนจาก เพื่อนร่วมงาน	✓ ทรัพยากรที่เพียงพอ	✓	-อิสระในการทำงาน -งานที่มีความท้าทาย
Chang and Yang (2012)	✓ การสนับสนุนจาก องค์การ	✓ การสนับสนุนจาก ผู้บังคับบัญชา		✓ ทรัพยากรที่เพียงพอ	✓	
Ren and Zhang (2015)	✓ การสนับสนุนจาก องค์การ	✓ การสนับสนุนจาก ผู้บังคับบัญชา	✓ ความร่วมมือในทีม	✓ ทรัพยากรที่เพียงพอ	✓	อิสระในงาน

แหล่งที่มา	องค์ประกอบของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร			
Hsu and Chen (2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>-การสนับสนุนจากองค์กร</li> <li>-อุปสรรคในองค์กร</li> <li>-การเรียนรู้และการพัฒนา</li> <li>-พื้นที่หรือโอกาสในการสร้างสรรค์</li> <li>นวัตกรรม (Space)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ทรัพยากรที่เพียงพอ</li> <li>-อิสระในงาน</li> <li>-ลักษณะงานที่ท้าทาย</li> </ul>
Huang (2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ -วิสัยทัศน์ขององค์กร</li> <li>-การสนับสนุนนวัตกรรม</li> <li>-การมีส่วนร่วม</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ลักษณะของงาน</li> </ul>
Ibrahim et al. (2018)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ -การสนับสนุนนวัตกรรม</li> <li>-วัฒนธรรมองค์กร ซึ่ง</li> </ul>			



จากการทบทวนองค์ประกอบบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรที่นักวิจัยได้ศึกษาไว้ ผู้วิจัยเลือกศึกษา 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ปรัชญาองค์กร (Organizational Philosophy) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (Leadership Support) การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน (Team Support) การสนับสนุนด้านทรัพยากร (Resource Support) ความยืดหยุ่นในการทำงาน (Job Flexibility) ตามงานวิจัยของ Ren and Zhang (2015) และ Y. Luo et al. (2018) ซึ่งถือว่าการครอบคลุมบรรยากาศในองค์กรทุกด้านทั้งด้านเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา องค์กร ทรัพยากร ภายในองค์กร และลักษณะงานที่ทำ

## 2.2.2 ความสำคัญของของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร

บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรเป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อตัวพนักงานในหลายด้าน ได้แก่

- 1) ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Employee Performance) โดยการรับรู้บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรเป็นปัจจัยที่ทำให้พนักงานมีผลการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน พนักงานที่มีผลการปฏิบัติงานในระดับสูงจะมีการรับรู้บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม แต่จะมีพนักงานที่มีผลการปฏิบัติงานในระดับต่ำเพียงร้อยละ 7.7 เท่านั้นที่มีรับการรับรู้บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม และร้อยละ 34.6 ของพนักงานที่มีผลการปฏิบัติงานต่ำไม่มีการรับรู้ถึงบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร (Cooper, Edgett, & Kleinschmidt, 2004)
- 2) ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน (Harmonious Work Passion) กล่าวคือ พนักงานที่ทำงานในสภาพแวดล้อมที่เพื่อนร่วมงานและสมาชิกคนอื่นๆ ในองค์กรแบ่งปันความรู้ทำงานร่วมกัน จะทำให้พนักงานรู้สึกมีส่วนร่วมและชอบงานที่ทำมาก ช่วยเพิ่มความหลงใหลในการทำงานและลดผลกระทบด้านลบในการทำงาน (Jan & Zainal, 2020) ซึ่งการร่วมมือกันและการสนับสนุนการทำงานจากเพื่อนร่วมถือเป็นองค์ประกอบของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร จึงถือได้ว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรด้านการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานมีผลต่อความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนได้
- 3) พฤติกรรมเชิงนวัตกรรม (Innovative Work Behavior) กล่าวคือ เมื่อพนักงานรับรู้ถึงบรรยากาศที่เป็นนวัตกรรมขององค์กรในเชิงบวก พนักงานจะมีส่วนร่วมในการสร้างนวัตกรรมเพิ่มขึ้น บรรยากาศแห่งนวัตกรรมขององค์กรจึงถือเป็นแรงบันดาลใจให้พนักงานใส่ใจเกี่ยวกับเป้าหมายและประสิทธิภาพการทำงานขององค์กร นำไปสู่การทำงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร (Y. Luo et al., 2018)

## 2.3 ความหลงใหลในงาน (Work Passion)

คำว่า “Passion” หมายถึง ความหลงใหลในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก ๆ สำหรับบุคคล โดยจะทุ่มเทเวลาและความพยายามอย่างมากเพื่อให้ตนเองสำเร็จในกิจกรรมดังกล่าว (Frijda, Mesquita, Sonnemans, & Van Goozen, 1991) ผู้ที่มีความหลงใหลจะมีความกระตือรือร้น ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคและพยายามทำสิ่งเหล่านั้นให้สำเร็จ (Lucas, 1999) ในอดีต “Passion” ยังไม่ได้รับความสนใจในศาสตร์ของจิตวิทยามากนัก เพราะนักจิตวิทยาที่สนใจประเด็นที่เกี่ยวข้อง มักมุ่งเน้นศึกษาประเด็นเกี่ยวกับแรงจูงใจ (Motivation) มากกว่า (Vallerand, et al., 2003a) เนื่องจากความหลงใหลในงานมีลักษณะบางประการที่คล้ายคลึงกับแรงจูงใจ โดยแรงจูงใจแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) หมายถึง การที่บุคคลทุ่มเทและพยายามทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จ ทั้งที่กิจกรรมนั้นไม่ได้เป็นสิ่งที่บุคคลสนใจหรือมีความรักที่จะทำ แต่มีแรงกระตุ้นจากภายนอกทั้งรางวัลที่จะได้รับหรือเพื่อหลีกเลี่ยงการลงโทษ (Gagné & Deci, 2005) ซึ่งตรงข้ามกับแรงจูงใจอีกประเภทหนึ่ง คือ แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) ที่ Deci and Ryan (2013) เสนอว่าบุคคลสามารถกำหนดการกระทำของตนเอง โดยเลือกทำกิจกรรมตามความสนใจของตนเอง มีความมุ่งมั่น ทุ่มเท และพยายามทำกิจกรรมนั้นให้สำเร็จ แม้ไม่มีสิ่งกระตุ้นภายนอก เช่น รางวัลหรือการลงโทษ ตามทฤษฎีอัตลิติต (Self-Determination Theory) ซึ่งเป็นทฤษฎีหนึ่งของ Deci and Ryan ที่ใช้อธิบายแรงจูงใจภายใน ว่าบุคคลจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งเมื่อมีความสนใจในกิจกรรมและมีอิสระในการเลือกทำกิจกรรมเหล่านั้นด้วยตนเอง ซึ่งลักษณะของแรงจูงใจภายในจะมีความคล้ายคลึงกับความหลงใหลในงาน ในมุมของการเลือกทำกิจกรรมที่บุคคลสนใจจากภายในโดยจะทุ่มเทพลังและความพยายามเพื่อให้กิจกรรมนั้นประสบความสำเร็จ แต่มีการศึกษาที่พบว่าบางคนมีแรงจูงใจภายในในการเลือกทำหรือรักที่จะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง แต่กิจกรรมนั้นไม่ได้มีความหมายหรือไม่ค่อยสำคัญเท่าที่ควร (Vallerand, 2015) ในขณะที่คุณลักษณะของบุคคลที่มีความหลงใหลในงานจะมีความรัก ความชอบในการทำกิจกรรมโดยกิจกรรมนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญในลำดับต้นๆ สำหรับตนเอง ประเด็นนี้จึงทำให้ความหลงใหลในงานแตกต่างจากแรงจูงใจภายใน

### 2.3.1 นิยามและองค์ประกอบความหลงใหลในงาน

หากกล่าวถึงแนวคิดความหลงใหลในงาน อันเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในต่างประเทศ หนึ่งในนั้นคือการศึกษาของ Vallerand, et al. (2003a) ที่ศึกษาเรื่องความหลงใหลในงาน ซึ่งกำหนดค่านิยามของความหลงใหลในงาน ว่าเป็นความชอบอย่างแรงกล้าของบุคคลในการทำกิจกรรมที่รักและเห็นถึงความสำคัญ โดยจะทุ่มเทพลังและเวลาในการทำกิจกรรมเหล่านั้น อย่างไรก็ตามการศึกษานี้ไม่ได้มุ่งเน้นความหลงใหลในงานอย่างเฉพาะเจาะจง แต่จะเป็นการศึกษาความหลงใหลในกิจกรรมอื่นๆ เช่น การเล่นดนตรี กีฬา เป็นต้น ที่บุคคลสนใจมากกว่า ต่อมา Vallerand (2010) ก็ได้นำแนวคิดที่ค้นพบในปี 2003 มาต่อยอดในการศึกษาความหลงใหลในงานในบริบทของการทำงานอีก และในปีต่อมา Ho, Wong, and Lee (2011) จึงได้นำแนวคิดของ Vallerand, et al. (2003a) เป็นแนวทางในการศึกษาความหลงใหลในงาน โดยได้ปรับค่านิยามให้เข้ากับบริบทของการทำงานและนำเสนอว่าความหลงใหลในงาน เป็นทัศนคติในการทำงานซึ่งประกอบด้วยความรู้สึกและความคิดที่บุคคลมีต่องานของตน โดยจะเห็นความสำคัญของงานที่ทำ รวมถึงมีความชื่นชอบอย่างแรงกล้าและเพลิดเพลินกับการทำงานอย่างมาก นอกจากนี้ยังมีนักวิจัยจำนวนหนึ่งที่นำแนวคิดของ Vallerand, et al. (2003a) ไปเป็นแนวทางในการศึกษาความหลงใหลในงาน จนถึงปัจจุบัน (เช่น Astakhova & Porter, 2015; Li, Zhang, & Yang, 2017; Luu, 2019; Peyton & Zigarmi, 2021; Shi, 2012) ขณะที่ Zigarmi, Nimon, Houson, Witt, and Diehl (2009) ได้มีการศึกษาความหลงใหลในงานเช่นกัน และได้ให้คำจำกัดความว่าเป็นอารมณ์เชิงบวกและความสุขที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในตัวบุคคลจากการประเมินความเป็นอยู่หรือความรู้สึกเกี่ยวกับงานและสถานการณ์ในองค์การที่เกิดขึ้นบ่อยๆ จึงเกิดความตั้งใจและพฤติกรรมในการทำงานอย่างสร้างสรรค์และสม่ำเสมอ

ทั้งนี้ยังมีนักวิจัยทั้งในต่างประเทศและในประเทศที่ได้้นำแนวคิดของ Vallerand, et al. (2003a) และ Zigarmi et al. (2009) ไปเป็นแนวทางในการศึกษา และได้ให้ความหมายของความหลงใหลในงาน ไว้ดังตารางที่ 2.6

## ตารางที่ 2.6 นิยามของความหลงใหลในงาน

แหล่งที่มา	นิยาม
Vallerand, et al. (2003a)	ความชอบอย่างแรงกล้าของบุคคลในการทำกิจกรรมที่รักและเห็นถึงความสำคัญ โดยจะทุ่มเทพลังและเวลาในการทำกิจกรรมเหล่านั้น
Zigarmi et al. (2009)	อารมณ์เชิงบวกและความสุขที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในตัวบุคคล จากการประเมินความเป็นอยู่หรือความรู้สึกเกี่ยวกับงานและสถานการณ์ในองค์กรที่เกิดขึ้นบ่อยๆ จึงเกิดความตั้งใจและพฤติกรรมในการทำงานอย่างสร้างสรรค์และสม่ำเสมอ
Ho et al. (2011)	ทัศนคติในการทำงานซึ่งประกอบด้วยความรู้สึกและความคิดที่มีต่องานของตน โดยบุคคลจะเห็นความสำคัญของงานที่ทำ รวมถึงมีความชื่นชอบอย่างแรงกล้าและเพลิดเพลินกับการทำงานอย่างมาก
Z. Luo, Bai, Min, Tang, and Fang (2014)	สภาวะทางจิตใจเชิงบวกที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลกระตือรือร้น มีความคิดริเริ่มและใส่ใจอย่างเต็มที่ในการทำงานที่มีความหมาย
Egan, Turner, and Blackman (2017)	ความสุขหรืออารมณ์เชิงบวกอันเนื่องมาจากการประเมินทางความคิดและอารมณ์ต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นบ่อยในงานหรือองค์กร ซึ่งส่งผลให้มีความตั้งใจและพฤติกรรมการทำงานที่สร้างสรรค์
Luu (2019)	ทัศนคติในงานที่ประกอบด้วยอารมณ์และด้านความคิด โดยบุคคลจะมีความชอบอย่างแรงกล้าในการทำงานและการรับรู้ถึงความสำคัญของงานที่ทำ
Chen, Lee, and Lim (2020)	ความรู้สึกเชิงบวกเนื่องจากความผูกพันในการทำงาน ถือว่างานเป็นส่วนสำคัญในชีวิต และมีแรงจูงใจในการทำงาน
โชติรส ดำรงศานติ	ขีดความสามารถหรือคุณลักษณะเชิงบวกของบุคคล อันเกิดจากการประเมิน

แหล่งที่มา	นิยาม
(2554)	ด้านอารมณ์และความคิดที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องกับสถานการณ์ในการทำงานหรือสภาพแวดล้อมในองค์กร ซึ่งจะนำไปสู่ความตั้งใจในการทำงานและการแสดงพฤติกรรมที่สร้างสรรค์
วาสิตา บุญสาธ (2556)	ความรัก ความชอบ ความใส่ใจหรือความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยจะแสดงออกถึงความกระตือรือร้น ความไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคและมีความหลงใหลสู่ความสำเร็จ
สุขุมล เกิดนอก และมลลิกา สังข์ สนิท (2561)	ความใส่ใจ ความชื่นชอบหรือความมุ่งมั่นและความสุขการเห็นคุณค่าในงานที่ทำ เกิดจากการประเมินการรู้คิดและอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการทำงานและสถานการณ์ในองค์กรโดยจะทุ่มเทลงในการทำงานอย่างต่อเนื่อง
ชิตสุภาค์ ทิพย์เที่ยง แท้, วรเดช ช่างแก้ว, และสุภาพ เหมือนชู (2564)	พฤติกรรมที่แสดงถึงความพยายามในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และพร้อมจะทุ่มเทอย่างสุดความสามารถ โดยจะแสวงหาแนวทางในการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องเพื่อให้งานนั้นสำเร็จ

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่ศึกษา ความหลงใหลในงาน หมายถึง อารมณ์เชิงบวกและความสุขที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในการทำงานที่รักและเห็นถึงความสำคัญ โดยจะทุ่มเทพลังและเวลาในการทำงานเหล่านั้นอย่างสร้างสรรค์และสม่ำเสมอ

การศึกษาของ Vallerand, et al. (2003a) ได้เสนอ The Dualistic Model of Passion (DMP) ซึ่งแบ่งความหลงใหลในงานเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) ความหลงใหลแบบกลมกลืน (Harmonious Passion) หมายถึง การที่บุคคลมีความชอบและหลงใหลในการทำงาน อันเกิดจากการที่บุคคลยอมรับว่างานที่ทำกลายเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์แห่งตน ซึ่งบุคคลจะเกิดการรับรู้ถึงอำนาจในการควบคุมตนเองและยอมรับว่างานเหล่านั้นมีความสำคัญต่อตนเอง ทำให้บุคคลทุ่มเทเวลาและความพยายามในการทำงานให้สำเร็จ โดยยังสามารถรักษาสมดุลระหว่างการทำงานกับการดำเนินชีวิตในด้านอื่นได้อย่างลงตัว (Vallerand, 2012) จึงนำไปสู่ความพึงพอใจในการทำงานและลดความรู้สึกเชิงลบได้ (Vallerand et al., 2010) และ 2) ความหลงใหลแบบหมกหมุ่น (Obsessive Passion) ซึ่งความหลงใหลในงานไม่ได้เป็นคุณลักษณะเชิงบวกเพียงอย่างเดียว หากบางครั้งบุคคลมีระดับของ

ความหลงใหลในงานที่สูงมากเกินไปจะนำไปสู่อารมณ์ด้านลบและความเพียรพยายามที่มากจนรบกวนการดำเนินชีวิตได้ ความหลงใหลในงานเชิงหมกหมุ่นจึงหมายถึง การที่บุคคลมีความชอบและหลงใหลในการทำงานอย่างมาก จนนำไปสู่การทำงานที่เข้มงวดและหมกหมุ่นอยู่กับการทำงาน ซึ่งทำให้เกิดความขัดแย้งกับการดำเนินชีวิตในด้านอื่นๆ และนำไปสู่ความพึงพอใจในงานที่ลดลงและผลกระทบเชิงลบต่อการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ความหลงใหลในงานทั้ง 2 ประเภทมีลักษณะที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิง บุคคลจึงมีลักษณะของความหลงใหลในงานเพียงลักษณะใดลักษณะหนึ่งเท่านั้น (Vallerand, 2015) ซึ่งมีงานวิจัยที่ได้ศึกษาความหลงใหลในงานตามแนวคิด Vallerand, et al. (2003a) และได้แบ่งองค์ประกอบ ดังตารางที่ 2.7

ตารางที่ 2.7 องค์ประกอบของความหลงใหลในงานตามแนวคิดของ Vallerand, et al. (2003a)

แหล่งที่มา	องค์ประกอบของความหลงใหลในงาน	
	Harmonious Passion แบบกลมกลืน	Obsessive Passion แบบหมกหมุ่น
Vallerand, et al. (2003a)	✓	✓
Ho et al. (2011)	✓	✓
Forest et al. (2012)	✓	-
Shi (2012)	✓	✓
Astakhova and Porter (2015)	✓	✓
Curran, Hill, Appleton, Vallerand, and Standage (2015)	✓	✓
Li et al. (2017)	✓	✓
Chen et al. (2020)	✓	✓
Jan and Zainal (2020)	✓	-
ธนศักดิ์ จันทศิลป์, มนัสนันท์ หัตถ ศักดิ์, และปวีณา อ่อนใจเอื้อ (2563)	✓	✓
ฉัตรฤทัย ผุดผ่อง, มฤษฎ์ แก้ว จินดา, และวราภรณ์ โสมนันท์ (2564)	✓	✓
	การสอดประสาน ความกลมกลืนของความมุ่งมั่น และพลังขับเคลื่อน	ความหลงใหล การถูกครอบงำจากความ มุ่งมั่นและพลังขับเคลื่อน

สำหรับแนวคิดของ Zigarmi et al. (2009) ในช่วงแรกไม่ได้มุ่งเน้นที่จะแบ่งองค์ประกอบของความหลงใหลในงานอย่างชัดเจน แต่เสนอว่าความหลงใหลในงานจะนำไปสู่ความตั้งใจในการทำงาน (Work Intention) 5 ประการ ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่สามารถสะท้อนได้ว่าพนักงานมีความหลงใหลในงาน ได้แก่ 1) ความทุ่มเทเพื่อองค์การ (Discretionary Effort) 2) การทำผลงานให้เป็นเลิศ (Intent to Perform) 3) การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ (Organizational Citizenship Behaviors) 4) การกล่าวถึงองค์การในแง่ดี (Employee Endorsement) และ 5) การคงอยู่กับองค์การ (Intent to Remain) ต่อมา Zigarmi and Nimon (2011) ได้พัฒนาแบบสอบถามความตั้งใจในงาน ซึ่งเป็นแบบสอบถามพฤติกรรมการทำงานของพนักงานตามองค์ประกอบทั้ง 5 ด้านข้างต้น ต่อมาในต่างประเทศได้มีการศึกษาพฤติกรรมการทำงานของพนักงานตามแนวคิด ของ Zigarmi et al. (2009) โดยเรียกว่า “Work Intention” เช่นกัน (Egan et al., 2017; Nimon & Zigarmi, 2015; Peyton & Zigarmi, 2021)

อย่างไรก็ตามได้มีการศึกษาความหลงใหลในงานในประเทศไทย โดยใช้ชื่อว่า “ความมุ่งมั่นและพลังขับเคลื่อนในงาน” ซึ่งมีการสังเคราะห์องค์ประกอบของพฤติกรรมการทำงานของพนักงานตามองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน ของ Zigarmi et al. (2009) กับองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์การ องค์ประกอบของความผูกพันในงานและหลักอิทธิบาท 4 (โชติรส ดำรงศานติ, 2554) และสรุปองค์ประกอบของความหลงใหลในงานไว้ตามตารางที่ 2.8

ตารางที่ 2.8 องค์ประกอบของความหลงใหลในงานตามแนวคิดของ Zigarni et al. (2009)

แหล่งที่มา	องค์ประกอบของความหลงใหลในงาน				
	ความทุ่มเทเพื่อองค์การ (Discretionary Effort)	การทำผลงานให้เป็นที่พอใจ (Intent to Perform)	การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ (Organizational Citizenship Behaviors)	การกล่าวถึงองค์การในแง่ดี (Employee Endorsement)	การคงอยู่กับองค์การ (Intent to Remain)
ไซตริส ตาร์งตานติ (2554)	✓ -การทุ่มเทสร้างผลงานที่เป็นเลิศ -ความไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค -การมุ่งมั่นพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	✓ -การทุ่มเทสร้างผลงานที่เป็นเลิศ -ความไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค	✓ การกระตือรือร้นองค์การในทางบวก	✓ การกระตือรือร้นองค์การในทางบวก	✓ ความรักและปรารถนาจะเป็นสมาชิกขององค์การ
วาสิตา บุญสาธิต (2556)	✓ -การทุ่มเทสร้างผลงานที่เป็นเลิศ -ความไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค -การมุ่งมั่นพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	✓ -การทุ่มเทสร้างผลงานที่เป็นเลิศ -ความไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค	✓ การกระตือรือร้นองค์การในทางบวก	✓ การกระตือรือร้นองค์การในทางบวก	✓ ความรักและปรารถนาจะเป็นสมาชิกขององค์การ



จากการทบทวนองค์ประกอบของความหลงใหลในงานตามแนวคิดของงานวิจัยภายในประเทศและต่างประเทศ จะเห็นว่าบางองค์ประกอบของความหลงใหลในงานที่นิยมศึกษาในประเทศไทย มีลักษณะทับซ้อนกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมอยู่แล้ว พิจารณาจากพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมที่บุคคลแสดงออกผ่านการคิด สนับสนุนและประยุกต์ใช้แนวคิดใหม่เพื่อพัฒนากระบวนการหรือผลิตภัณฑ์ในงานของตนเอง สามารถสะท้อนคุณลักษณะด้านความตั้งใจในการสร้างผลงานให้ดีและความมุ่งมั่นพัฒนาอย่างต่อเนื่องของบุคคล รวมถึงการขยายขอบเขตของประสิทธิภาพการทำงานไปสู่ทีมและความสำเร็จขององค์การ จึงสะท้อนถึงความตั้งใจทุ่มเทเพื่อองค์การได้ นอกจากนี้ Zigarmi, Kim, Taylor, and Shuck (2019) ยังได้มีการพัฒนาแบบจำลองใหม่โดยระบุประเภทของความหลงใหลในงานเป็น 2 ประเภท (Vallerand, et al., 2003a) เช่นเดียวกับ Peyton and Zigarmi (2021) ที่ได้ศึกษาความหลงใหลในงาน ได้แก่ ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน และความหลงใหลในงานแบบหมกหมุ่น โดยใช้แบบสอบถามของ Vallerand, et al. (2003a) และความตั้งใจในการทำงานตามองค์ประกอบทั้ง 5 ด้านโดยใช้แบบสอบถามของ Zigarmi, Nimon, Houson, Witt, and Diehl (2012) แสดงให้เห็นว่าความหลงใหลในงาน ยังคงนิยมแบ่งออกเป็น 2 ประเภทตามที่ Vallerand, et al. (2003a) ได้เสนอไว้

ผู้วิจัยจึงพิจารณาศึกษาความหลงใหลในงานตามแนวคิด Vallerand, et al. (2003a) ซึ่งศึกษาคุณลักษณะที่อยู่ภายในตัวบุคคล เนื่องจากแนวคิดดังกล่าวได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายจากอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเลือกศึกษาเฉพาะความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนเพียงประเภทเดียว เนื่องจากความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีแนวโน้มที่จะส่งผลทางบวกต่อทัศนคติและพฤติกรรมของพนักงาน (Forest et al., 2012; Ho et al., 2011; Luu, 2019; Shi, 2012) และในงานวิจัยของ Jan and Zainal (2020) ได้ระบุว่าความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน จึงมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งจะใช้ชื่อเรียกว่า “ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน (Harmonious Work Passion)” เพื่อระบุบริบทของการศึกษาเฉพาะเจาะจงในด้านของการทำงานอย่างชัดเจน โดยนิยามของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน หมายถึง การที่บุคคลมีความชอบและหลงใหลในการทำงาน อันเกิดจากการที่บุคคลยอมรับว่างานที่ทำกลายเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์แห่งตน ซึ่งบุคคลจะเกิดการรับรู้ถึงอำนาจในการควบคุมตนเองและยอมรับว่างานเหล่านั้นมีความสำคัญต่อตนเอง ทำให้บุคคลทุ่มเทเวลาและความพยายามในการทำงานให้สำเร็จ โดยยังสามารถรักษาสมดุลระหว่างการทำงานกับการดำเนินชีวิตในด้านอื่นได้อย่างลงตัว

### 2.3.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความหลงใหลในงาน

Zigarmi et al. (2019) อธิบายว่าความหลงใหลในงาน ของพนักงานเกิดจากการรับรู้ปัจจัย ด้านองค์การ ด้านลักษณะงาน และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล แบ่งได้ดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านองค์การ ประกอบด้วย
  - (1) ความร่วมมือในการทำงาน (Collaboration) คือ การที่องค์การส่งเสริมการแบ่งปันความคิด การทำงานเป็นทีม และการทำงานร่วมกันในโครงการและงานต่างๆ
  - (2) ความยุติธรรมเชิงผลลัพธ์ (Distributive Justice) คือ การจัดสรรทรัพยากรและปริมาณงานแก่บุคลากรอย่างสมดุลและเท่าเทียม
  - (3) ความยุติธรรมเชิงกระบวนการ (Procedural Justice) คือ การกำหนดนโยบายและขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างเป็นธรรม
  - (4) การเติบโตในงาน (Growth) คือ การได้รับการสนับสนุนการเติบโตทางอาชีพในปัจจุบันและอนาคต
  - (5) ความคาดหวังในผลการปฏิบัติงาน (Performance Expectations) คือ การที่บุคคลเข้าใจถึงมาตรฐานการทำงานที่องค์การคาดหวังงานที่ได้รับมอบหมาย
- 2) ปัจจัยด้านลักษณะงาน ประกอบด้วย
  - (1) งานที่มีความหมาย (Meaningful Work) คือ การรับรู้ของบุคคลว่างานที่ทำเป็นงานที่มีความสำคัญและให้ผลลัพธ์ที่ดี ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อความสำเร็จขององค์การ
  - (2) อิสระในการทำงาน (Autonomy) คือ การที่บุคคลได้รับความไว้วางใจ สามารถเลือกวิธีการทำงาน และมีอำนาจในการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับงานของตนเองได้
  - (3) การได้รับข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) คือ การที่บุคคลได้รับการตอบรับหรือข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานที่เพียงพอ และได้รับการยอมรับให้ปรับปรุงและพัฒนางาน
  - (4) เวลาที่เพียงพอในการทำงาน (Workload Balance) คือ การที่บุคคลมีเวลาเพียงพอในการทำงานให้สำเร็จ
  - (5) ความหลากหลายในงาน (Task Variety) คือ การที่บุคคลได้ทำงานที่มีความหลากหลายและซับซ้อนแตกต่างกัน
- 3) ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ประกอบด้วย
  - (1) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชา (Connectedness to Leader) คือ การที่ผู้บังคับบัญชายุบายามสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลทั้งในเรื่องส่วนตัวและเรื่องงาน
  - (2) ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน (Connectedness to Colleagues) คือ การที่เพื่อนร่วมงานพยายามสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลทั้งในเรื่องส่วนตัวและเรื่องงาน

### 2.3.3 ความสำคัญของความหลงใหลในงาน

ตามแนวคิดของ Zigarmi et al. (2011) การรับรู้ปัจจัยด้านองค์การ ปัจจัยด้านลักษณะงาน และปัจจัยด้านความสัมพันธ์จะทำให้พนักงานเกิดการประเมินทางความคิดและความรู้สึก ส่งผลให้เกิดความหลงใหลในงาน และทำให้พนักงานเกิดความตั้งใจในการทำงาน 5 ประการ ได้แก่

- 1) ความทุ่มเทเพื่อองค์การ (Discretionary Effort) หมายถึง บุคคลจะใช้ความพยายามและเต็มใจในการทำงานให้กับองค์การ ซึ่งนอกเหนือจากขอบเขตการทำงานของตน (Extra-role Behavior)
- 2) การทำผลงานให้เป็นเลิศ (Intent to Perform) หมายถึง บุคคลมีความตั้งใจจะทำงานให้ดีและทำงานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อช่วยให้องค์การประสบความสำเร็จ
- 3) การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ (Organizational Citizenship Behaviors) หมายถึง บุคคลจะสนับสนุนเพื่อนร่วมงานและประพฤติตนในลักษณะที่เคารพนับถือต่อผู้อื่น
- 4) การกล่าวถึงองค์การในแง่ดี (Employee Endorsement) หมายถึง บุคคลพร้อมที่จะบอกผู้อื่นว่าองค์การเป็นสถานที่ทำงานที่ดีและพูดถึงสินค้าหรือการบริการขององค์การในเชิงบวก
- 5) การคงอยู่กับองค์การ (Intent to Remain) หมายถึง บุคคลวางแผนที่จะอยู่กับองค์การต่อไป

## 2.4 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

### 2.4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) ของ Vroom (1964) เสนอว่าแนวโน้มที่พนักงานจะแสดงพฤติกรรมจะขึ้นอยู่กับความคาดหวังและการให้คุณค่าต่อผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น ซึ่งพนักงานจะทุ่มเทความพยายามหรือมีแรงจูงใจในการแสดงพฤติกรรมเมื่อพนักงานเชื่อว่าพฤติกรรมนั้นจะนำไปสู่ผลการปฏิบัติงานที่ดีและผลการปฏิบัติงานนั้นจะทำให้ได้รางวัล สิ่งตอบแทนหรือตอบสนองแรงจูงใจภายในซึ่งมีคุณค่าต่อตนเอง (Robbins & Judge, 2018) ตามภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 ทฤษฎีความคาดหวังของ Vroom (1964)

แหล่งที่มา: Robbins and Judge (2018)

Vroom (1964) มุ่งเน้นอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 3 คู่ ได้แก่ 1.) ความสัมพันธ์ระหว่างความพยายามกับผลการปฏิบัติงาน โดยพนักงานจะรับรู้ว่าการทุ่มเทความพยายามจะทำให้มีผลการปฏิบัติงานที่ดี 2.) ความสัมพันธ์ระหว่างผลการปฏิบัติงานที่ดีกับรางวัลหรือผลตอบแทน โดยพนักงานจะเชื่อว่าผลการปฏิบัติงานที่ดีจะทำให้ได้มาซึ่งรางวัลหรือผลตอบแทนจากองค์กร และ 3.) ความสัมพันธ์ระหว่างรางวัลหรือผลตอบแทนกับเป้าหมายส่วนบุคคล โดยพนักงานจะรับรู้คุณค่าของรางวัลหรือผลตอบแทนที่จะได้ขึ้นอยู่กับว่าสิ่งเหล่านั้นตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลหรือเป้าหมายของพนักงานได้หรือไม่ หากวิเคราะห์ตามตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้ สามารถอธิบายว่าพนักงานจะพยายามสร้างสรรค์นวัตกรรมเมื่อต้องการให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ดี โดยที่พนักงานรู้ว่าผลการปฏิบัติงานดังกล่าวจะนำไปสู่การตอบแทนจากองค์กร ซึ่งอาจเป็นสิ่งตอบแทนที่เป็นสิ่งของการยอมรับ หรือการสนับสนุนจากองค์กร โดยสิ่งเหล่านั้นเป็นสิ่งที่พนักงานให้คุณค่าและปรารถนาที่จะได้รับ สะท้อนให้เห็นว่าพนักงานจะเกิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมเมื่อพนักงานมีความเชื่อว่าพฤติกรรมดังกล่าวเป็นความต้องการขององค์กร เมื่อพฤติกรรมการแสดงออกเชิงนวัตกรรมจะทำให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ดีซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร นำไปสู่ผลลัพธ์ที่ตนเองปรารถนา เช่น ผลการประเมินงานที่ดี รางวัลหรือผลตอบแทนจากองค์กร ดังนั้นหากองค์กรไม่ได้มีการสนับสนุนนวัตกรรมในการทำงาน พนักงานจะไม่เกิดแรงจูงใจในการสร้างนวัตกรรม เนื่องจากพนักงานมองว่าพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมไม่ได้เป็นสิ่งที่องค์กรต้องการ การแสดงออกถึงพฤติกรรมเช่นนั้นถือเป็นการเสี่ยงและไม่ก่อให้เกิดผลดีต่อตนเอง (Park & Jo, 2018)

สอดคล้องกับงานวิจัยของ He (2013) ที่พบว่า การรับรู้บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม เหมือนกับ Ren and Zhang (2015) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดในงาน บรรยากาศการสนับสนุนนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานที่ทำงานใน 4 เมืองของประเทศจีน และ Liu et al. (2019) ที่ได้ศึกษาในบริบทพนักงานที่ทำงานในประเทศจีนเช่นกัน ก็พบว่าบรรยากาศการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมใน

องค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน อีกทั้งการศึกษาของ Y. Luo et al. (2018) ยังพบว่าองค์ประกอบของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรทั้ง 5 ด้านได้แก่ ทรัพยากรองค์การ การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน การสนับสนุนด้านทรัพยากรและงานที่ยืดหยุ่นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานด้วย ในขณะเดียวกัน Ibrahim et al. (2018) ซึ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในงานของวิศวกรในโรงงานประเทศมาเลเซีย จำนวน 309 คน ก็พบว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรด้านการสนับสนุนนวัตกรรมและวัฒนธรรมองค์การที่มุ่งเน้นผลการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ Kim et al. (2021) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานจำนวน 94 องค์กรก็ยังคงพบว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานเช่นกัน จากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นจึงนำไปสู่สมมติฐานที่ 1 ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

#### 2.4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน

ทฤษฎีการประเมินการรู้คิด (Cognitive Evaluation Theory: CET) ของ Deci and Ryan (1985) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่อยู่ภายใต้ทฤษฎีอัตลัษิต (Self-Determination Theory) อธิบายว่าปัจจัยทางสังคมและปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมสามารถส่งเสริมและทำลายแรงจูงใจของบุคคลได้ ซึ่งแรงจูงใจภายในจะถูกกระตุ้นต่อเมื่อบุคคลอยู่ในสถานการณ์ที่ส่งเสริมให้เกิดการแสดงออกผ่านพฤติกรรม แต่การสนับสนุนจากภายนอกเพียงอย่างเดียวอาจไม่ได้ส่งเสริมแรงจูงใจภายในของบุคคลเท่าที่ควร หากบุคคลขาดการรับรู้ความเป็นอิสระในการทำงาน เนื่องจากการที่บุคคลจะเลือกทำกิจกรรมบางอย่างจะต้องเกิดจากแรงจูงใจภายในที่อยากจะทำกิจกรรมเหล่านั้น มากกว่าการถูกบังคับ ทฤษฎีนี้จึงมุ่งเน้นการรับรู้อิสระในการเลือกทำกิจกรรมหรือการตัดสินใจในงานด้วยตนเอง (Robbins & Judge, 2018) โดยแรงจูงใจภายในดังกล่าวถือเป็นคุณลักษณะหนึ่งของความหลงใหลในงานเช่นกัน (Vallerand, Houlfort, & Fores, 2003) ซึ่งคล้ายกับปัจจัยด้านลักษณะงานในแนวคิดของ Zigarmi et al. (2019) ด้านอิสระในการทำงาน (Autonomy) และเวลาที่เพียงพอในการทำงาน (Workload Balance) ที่มีผลต่อความหลงใหลในงาน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีคุณลักษณะงานของ Hackman and Oldham (1980, อ้างถึงใน พงษ์จันทร์ ภูษาพานิชย์, 2561) ตามภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 แบบจำลองคุณลักษณะของงาน (The Job Characteristics Model)  
ของ Hackman & Oldham (1980)  
แหล่งที่มา: พงษ์จันทร์ ภูษาพานิชย์ (2561)

จากแบบจำลองคุณลักษณะของงาน (The Job Characteristics Model) ของ Hackman and Oldham (1980) อธิบายว่าลักษณะงานทั้ง 5 ประการ มีผลต่อสภาวะทางจิตวิทยาของบุคคล และจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่มีต่อบุคคลและงาน โดยความมีอิสระในงานที่ถือเป็นองค์ประกอบของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรของการศึกษานี้ จะทำให้เกิดความรับผิดชอบต่อผลของงานตามประสบการณ์และนำไปสู่แรงจูงใจภายในงานซึ่งเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของความหลงใหลในงาน ในขณะที่ Fernet, Lavigne, Vallerand, and Austin (2014) ได้ศึกษาบทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานในความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นอิสระในงานกับภาวะหมดไฟของคุณครูในประเทศแคนาดา พบว่าอิสระในงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ Mageau et al. (2009) ที่พบว่า การรับรู้ว่าตนเองมีอิสระในกิจกรรมที่สามารถพัฒนาความหลงใหลในงานในการทำกิจกรรมเหล่านั้นได้

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยด้านองค์การที่ Zigarmi et al. (2019) ได้กล่าวถึง คือ ปัจจัยด้านความร่วมมือในการทำงาน (Collaboration) ซึ่งสามารถตีความถึงการสนับสนุนจากองค์กร ผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงานในการทำงานหรือสร้างนวัตกรรมในการทำงานที่มีผลต่อความหลงใหลในงาน หาก

พิจารณาตามทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) ของ Bandura (1969) ซึ่งอธิบายว่าส่วนใหญ่บุคคลจะเรียนรู้ผ่านประสบการณ์โดยอ้อมผ่านการสังเกตตัวแบบและสามารถจินตนาการถึงประสบการณ์ที่ผู้อื่นเคยประสบพบเจอได้ โดยตัวแบบที่บุคคลสังเกตนั้นแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) ตัวแบบที่เป็นบุคคลจริง (Live Model) คือตัวบุคคลที่มีโอกาสสังเกตและมีปฏิสัมพันธ์โดยตรง และ 2) ตัวแบบเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Model) คือตัวแบบที่อยู่ในสื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์หรือการ์ตูน

กระบวนการของการเรียนรู้โดยสังเกตจากตัวแบบ ประกอบด้วย 4 กระบวนการ (พงษ์จันทร์ ภูษาพานิชย์, 2561) ดังนี้

- 1) กระบวนการตั้งใจ (Attentional Processes) บุคคลจะมีความตั้งใจสังเกตพฤติกรรมของผู้อื่นที่แสดงออกมา ซึ่งพฤติกรรมเหล่านั้นจะต้องเป็นพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์ทางบวก
- 2) กระบวนการจดจำ (Retention Processes) บุคคลจะจดจำในสิ่งที่ตัวแบบกระทำซึ่งบุคคลจะต้องแปลงพฤติกรรมของตัวแบบให้เป็นสัญลักษณ์ที่เข้าใจง่าย เพื่อให้สามารถนำไปจินตนาการในความคิดของตนเองถึงพฤติกรรมที่ตนเองจะแสดงออก
- 3) กระบวนการกระทำ (Production Processes) เป็นกระบวนการที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมให้ใกล้เคียงกับพฤติกรรมของผู้อื่นที่ได้จดจำไว้ การแสดงพฤติกรรมจะสมบูรณ์มากขึ้นขึ้นอยู่กับความสามารถทางกายภาพและทักษะของบุคคลด้วย
- 4) กระบวนการจูงใจ (Motivational Processes) บุคคลไม่จำเป็นต้องแสดงพฤติกรรมทุกครั้งเมื่อมีการเรียนรู้ แต่การแสดงพฤติกรรมจะขึ้นอยู่กับกระบวนการจูงใจ ซึ่งประกอบด้วยสิ่งที่จะได้รับจากภายนอก เป็นรางวัลที่จับต้องได้ การยอมรับจากสังคมหรือการประเมินตนเอง

จะเห็นว่าแรงจูงใจของบุคคลจะเกิดขึ้นได้จากการเรียนรู้ของบุคคลทั้งทางตรงและทางอ้อม หากเปรียบเทียบกับความรู้ของพนักงานในองค์กรจะกล่าวได้ว่าพนักงานจะมีแรงจูงใจในการทำงานขึ้นอยู่กับการเรียนรู้จากประสบการณ์ของตนเองหรือการสังเกตผู้อื่น หากงานที่ตนเองทำได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชาหรือผลตอบแทนเชิงบวก รวมถึงการสังเกตเห็นว่าเพื่อนร่วมงานของตนเองได้รับการยอมรับหรือรางวัลจากการแสดงพฤติกรรมใดๆ พนักงานจะมีแรงจูงใจในการทำงานและมีแนวโน้มในการแสดงพฤติกรรมตามการเรียนรู้ เช่น เมื่อพนักงานรู้ว่าตนเองมีอิสระในการตัดสินใจเกี่ยวกับงานที่ทำ และเมื่อต้องการพัฒนาการทำงานให้ดีขึ้นจะได้รับการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชาในการช่วยเหลือและให้คำแนะนำที่ดีในการทำงาน ตลอดจนมีการสนับสนุนด้านงบประมาณ ทรัพยากรที่เพียงพอต่อการทำงาน รวมถึงพนักงานมีเวลามากพอที่จะทำงานได้สำเร็จ โดยการรับรู้สามารถเกิดจากประสบการณ์ตรงที่ตนเองเคยได้รับหรือจาก

การสังเกตเพื่อนร่วมงานที่มีการทำงานในลักษณะเดียวกันก็ได้ จนนำไปสู่ระดับแรงจูงใจภายในของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการทำงานเพิ่มมากขึ้นได้

การศึกษาของ Doğru (2018) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานผ่านตัวแปรสื่อความผูกพันในงานของพนักงานจำนวน 203 คนในบริษัท 5 แห่งในตุรกีพบว่าการรับรู้การสนับสนุนประกอบด้วย การสนับสนุนจากองค์กร ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันในงานของพนักงาน จากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นจึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานที่ 2 ดังนี้

สมมติฐานที่ 2: บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน

### 2.4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

ทฤษฎีอัตลิติต (Self-Determination Theory) ซึ่งเป็นทฤษฎีใช้อธิบายแรงจูงใจภายในว่าพนักงานที่มีแรงจูงใจภายใน อันเกิดจากอิสระในการเลือกทำงานที่ชอบและสนใจจะมีแนวโน้มที่จะทำงานเหล่านั้นโดยทุ่มเทร่างกายและแรงใจในการทำงานให้สำเร็จ (Deci & Ryan, 2012) โดยงานของ Vallerand (2012) ได้อธิบายแบบจำลอง The Dualistic Model of Passion (DMP) ที่ Vallerand et al. ได้ศึกษาไว้ตั้งแต่ปี 2003 จนถึง 2010 โดยนำทฤษฎีอัตลิติตมาเป็นแนวทางในการพัฒนาแบบจำลอง ได้อธิบายว่าบุคคลจะมีความผูกพันในกิจกรรมต่างๆ ที่ทำ ซึ่งจะรับรู้ถึงความสนุก ความสำคัญและสะท้อนความเป็นตัวเองจึงเกิดเป็นความหลงใหลหรือความหลงใหลในงาน ตัวอย่างเช่นผู้ที่ชอบเล่นบาสเกตบอลไม่ได้มองว่ากีฬานี้เป็นเพียงกิจกรรมที่ตนเองชื่นชอบ แต่จะรู้สึกว่าเป็นนักกีฬาบาสเกตบอลเลย ดังนั้นความหลงใหลในงานไม่ได้เป็นเพียงความรู้สึกรักในการทำกิจกรรมใดๆ เท่านั้น แต่บุคคลจะมีการเข้าร่วมหรือทำกิจกรรมเหล่านั้นอย่างสม่ำเสมอ

ด้วยเหตุนี้ บุคคลที่มีความหลงใหลในงานจะสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้ดีและมุ่งความสนใจในการทำงานอย่างเต็มที่ นำไปสู่ผลลัพธ์เชิงบวกทั้งในกระบวนการทำงานและความรู้สึกเชิงบวกในตัวบุคคล ซึ่งพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมถือเป็นพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของบุคคลและองค์กรเช่นกัน จึงกล่าวได้ว่าพนักงานที่มีความหลงใหลในงานจะมีแนวโน้มในการแสดงออกถึงพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน ดังการศึกษาของ Ho et al. (2011) ที่ได้ศึกษาในกลุ่มพนักงานบริษัทประกันจำนวน 509 คน พบว่าความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน เช่นเดียวกับการศึกษาของ Forest et al. (2012) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ของการใช้จุดแข็งในการทำงานกับความสุขของพนักงานจำนวน 186 คน โดยมีความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนเป็นตัวแปรสื่อ ซึ่งทำการวิจัยเชิงทดลองเพื่อ

เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่เข้ารับการพัฒนาความรู้และการใช้จุดแข็งในการทำงานกับกลุ่มที่ไม่ได้เข้ารับการพัฒนา พบว่าโปรแกรมการพัฒนาดังกล่าวสามารถเพิ่มระดับการใช้จุดแข็งของพนักงานในการทำงานและกลุ่มที่ได้รับการพัฒนา มีระดับการใช้จุดแข็งในการทำงานสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ได้เข้ารับการพัฒนา ทั้งนี้ระดับการใช้จุดแข็งในการทำงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความหลงใหลในงานซึ่งส่งผลต่อระดับความสุขของพนักงานด้วย ในขณะเดียวกัน Shi (2012) ได้ศึกษาในกลุ่มพนักงานจำนวน 228 คน ที่ทำงานกับ 19 บริษัทในประเทศจีน ก็พบว่าความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน ต่อมา Luu (2019) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศความหลากหลายกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานผ่านตัวแปรสื่อความหลงใหลในงาน และมีตัวแปรปรับเป็นความหลากหลายของบุคคลในกลุ่ม พบว่าความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานในกลุ่มพนักงานชาวบราซิลและเวียดนามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น จึงนำไปสู่สมมติฐานที่ 3 ดังนี้

สมมติฐานที่ 3: ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

#### 2.4.4 บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

ในอดีตนักจิตวิทยาในกลุ่มพฤติกรรมนิยม (Behaviorism) จะมุ่งเน้นอธิบายพฤติกรรมของมนุษย์ว่าเกิดขึ้นจากสิ่งเร้าภายนอก ซึ่งแนวคิดของนักจิตวิทยาในกลุ่มนี้จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นกับพฤติกรรมของมนุษย์ที่แสดงออกมา โดยไม่ได้สนใจกระบวนการทางความคิดของมนุษย์ซึ่งเป็นสิ่งที่มองไม่เห็นและไม่อาจจะวัดได้ (Watson, 1913) นักจิตวิทยาจึงเรียกว่า “Black Box” ต่อมา Bandura (1985) ได้เสนอว่าพฤติกรรมของบุคคลไม่ใช่การโต้ตอบสิ่งเร้าที่มากระตุ้นเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการที่เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่าง 3 ปัจจัย ตามภาพที่ 2.4

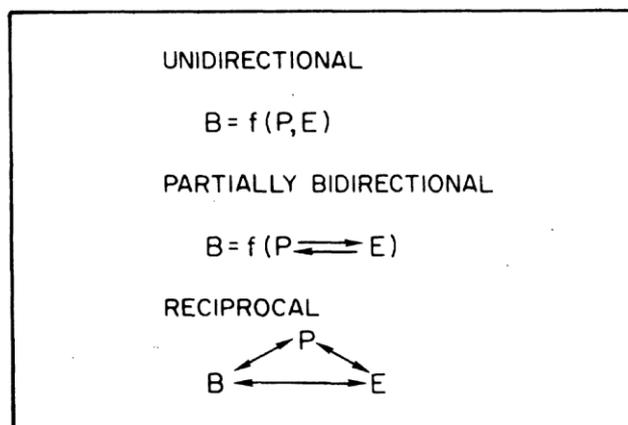
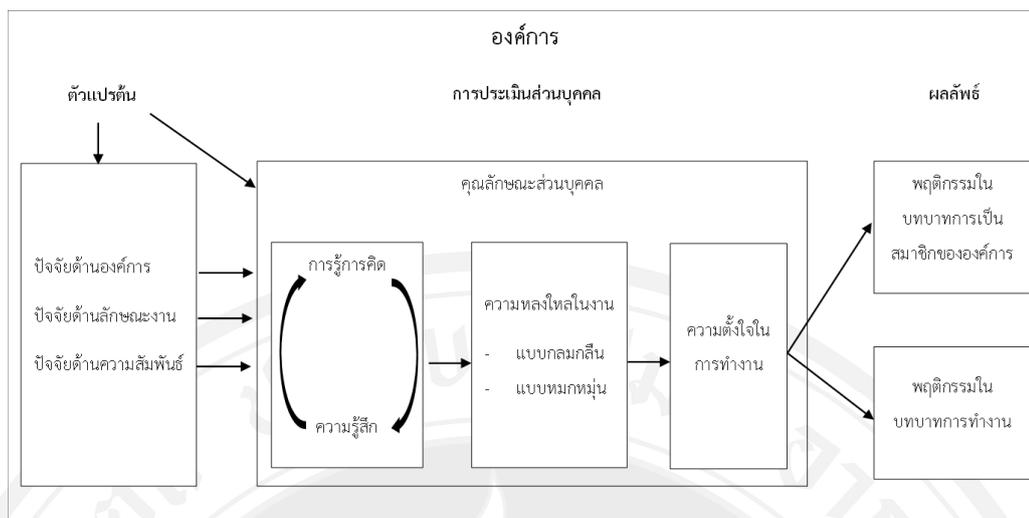


FIGURE 1. Schematic representation of three alternative conceptions of interaction. *B* signifies behavior, *P* the cognitive and other internal events that can affect perceptions and actions, and *E* the external environment.

ภาพที่ 2.4 แผนผังแนวคิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างสามปัจจัย  
แหล่งที่มา: Bandura (1985)

กล่าวคือ พฤติกรรมของบุคคล (Behavior) เป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากสิ่งแวดล้อม (Environment) และคุณลักษณะภายในตัวบุคคล (Personal) ในการศึกษาครั้งนี้อธิบายได้ว่า พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงาน (Behavior) สามารถเกิดจากการกระตุ้นโดยบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร (Environment) ผ่านปัจจัยส่วนบุคคลคือความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน (Personal) จึงกล่าวได้ว่าบรรยากาศภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจภายในและส่งผลกระทบต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานด้วย (Hunter et al., 2007)

นอกจากนี้ Peyton and Zigarmi (2021) ได้นำเสนอแบบจำลอง Employee Work Passion Appraisal ของ Zigarmi et al. (2009) ที่มีการพัฒนามาตั้งแต่ปีค.ศ. 2009 จนถึงปัจจุบัน ตามภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 Employee Work Passion Appraisal Model (EWPA).

แหล่งที่มา: Peyton and Zigarmi (2021)

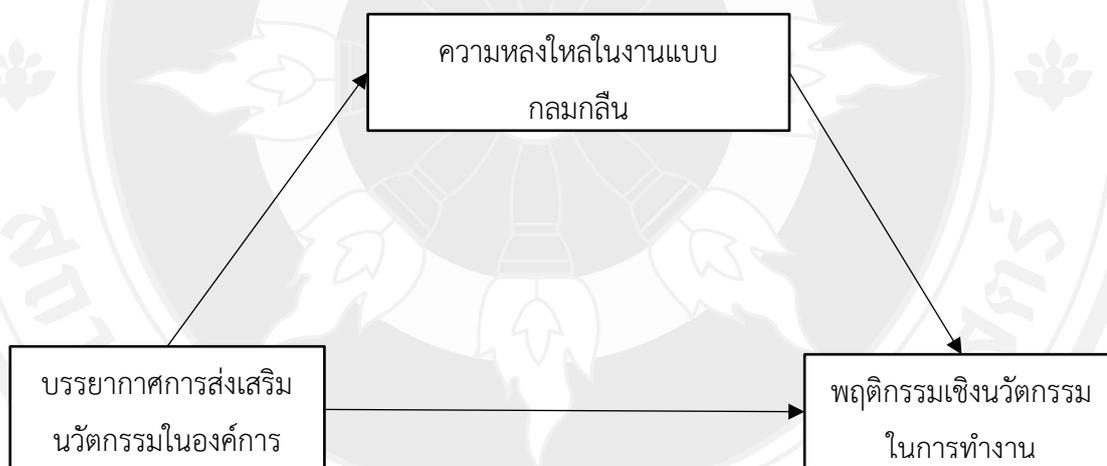
จากแบบจำลอง Employee Work Passion Appraisal Model (EWPA) สามารถอธิบายได้ว่าปัจจัยด้านองค์การ ลักษณะของงานและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กรมีอิทธิพลต่อการประเมินทางความคิดและความรู้สึกของพนักงาน ก่อให้เกิดความหลงใหลในงาน นำไปสู่ความตั้งใจในการทำงานและพฤติกรรมด้านการเป็นสมาชิกขององค์กรและพฤติกรรมในการทำงาน หากพิจารณาจากแบบจำลองตามตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่า พนักงานจะรับรู้เป้าหมายขององค์กร การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงานและทรัพยากรที่เพียงพอ รวมถึงด้านลักษณะงานที่มีความยืดหยุ่นและมีอิสระในงานซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะเอื้อต่อการทำงาน พนักงานจะเกิดการประเมินทางความคิดและความรู้สึกตามการรับรู้การสนับสนุนนวัตกรรมในองค์กร ทำให้พนักงานมีความรู้สึกเชิงบวกและความสุขในการทำงาน หรือที่เรียกว่าความหลงใหลในงาน นำไปสู่พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ในที่นี้ คือ พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานผ่านความหลงใหลในงานของพนักงาน

ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Hsu and Chen (2017) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมในองค์กรที่มีต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน: โดยมีทุนทางจิตวิทยาเป็นตัวแปรสื่อ ของพนักงานจำนวน 781 คน จาก 16 องค์กรในไต้หวัน ก็พบว่าบรรยากาศการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมในองค์กรและทุนทางจิตวิทยาที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน โดยทุนทางจิตวิทยาซึ่งเป็นคุณลักษณะภายในตัวบุคคล

(เช่นเดียวกับความหลงใหลในงาน) ทำหน้าที่เป็นตัวแปรสื่อแบบสมบูรณในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน ขณะที่การศึกษาของ He (2013) พบว่าทุนทางจิตวิทยาเป็นตัวแปรสื่อบางส่วนในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม นอกจากนี้การศึกษาของ Kang, Matusik, Kim, and Phillips (2016) ที่ศึกษาในกลุ่มผู้จัดการจำนวน 105 คนและประธานกรรมการบริหารจำนวน 39 คน ที่มีอายุการทำงานประมาณ 10 ปี ซึ่งทำงานในบริษัทขนาดเล็กในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าความหลงใหลในการสร้างสิ่งใหม่เป็นตัวแปรสื่อแบบสมบูรณในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน จากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น จึงนำไปสู่สมมติฐานที่ 4 ดังนี้

สมมติฐานที่ 4: ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีบทบาทเป็นตัวแปรสื่อในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

## 2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย: บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย
  - 3.1.1 ประชากร
  - 3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 ตัวแปรที่ศึกษาและคำนิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ
  - 3.2.1 พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน (Innovative Work Behavior)
  - 3.2.2 บรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมใน องค์กร (Organizational Innovation Climate)
  - 3.2.3 ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน (Harmonious Work Passion)
  - 3.2.4 พนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
  - 3.3.1 รายละเอียดของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
  - 3.3.2 การดำเนินการจัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
  - 3.3.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
  - 3.5.1 การจัดกระทำข้อมูล
  - 3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

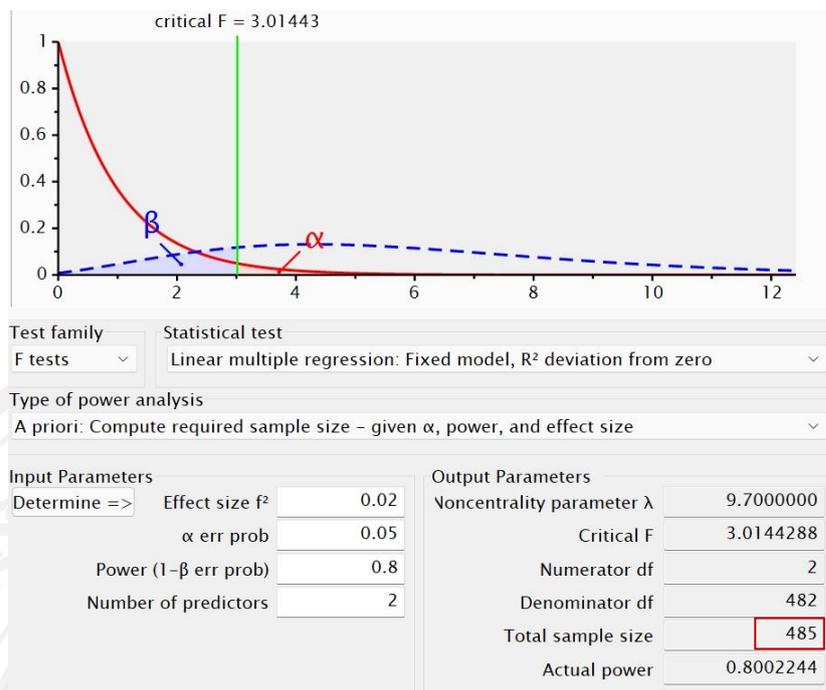
### 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

#### 3.1.1 ประชากร

งานวิจัยนี้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพนักงานธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศไทยจำนวน 13 แห่ง ซึ่งมีจำนวนประชากร 128,909 คน (ข้อมูลปรับปรุงล่าสุด ณ เดือนสิงหาคม 2564) (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564ก)

#### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยโปรแกรม GPower โดยอ้างอิงจากการศึกษาที่ผ่านมาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของบรรยากาศการสร้างนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน ซึ่งปรากฏค่าความสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.13 – 0.22 (Park & Jo, 2018; Ren & Zhang, 2015) จึงกล่าวได้ว่าบรรยากาศการสร้างนวัตกรรมในองค์กรมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานในระดับต่ำ จึงกำหนดค่าอิทธิพล (Effect-size) เท่ากับ 0.02 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลสำหรับงานวิจัยที่ใช้ Multiple regression ในการวิเคราะห์ข้อมูล (Cohen, 1992) ส่วนค่า Power ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ที่ 0.8 ซึ่งเป็นค่ามาตรฐานที่ยอมรับได้ (Cohen, 1992) และค่าระดับนัยสำคัญกำหนดให้เท่ากับ 0.05 จึงคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยได้ 485 คน ดังภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 ผลการทำคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในโปรแกรม GPower ตามแนวคิดของ Cohen (1988)

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้นจำนวน 500 คน เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนในการตอบแบบสอบถาม และดำเนินการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling) ทางออนไลน์โดยส่งให้ตัวแทนฝ่ายบุคคลของแต่ละธนาคารเป็นผู้ส่งต่อให้พนักงาน และอีกส่วนหนึ่งส่งเป็นแบบสอบถามแบบกระดาษจำนวน 200 ชุด ให้ตัวแทนของธนาคารที่ประสงค์เก็บข้อมูลแบบกระดาษ ซึ่งจะแจกให้พนักงานที่ไม่เคยตอบแบบสอบถามทางออนไลน์มาก่อน และให้พนักงานทำแบบสอบถามตามความสมัครใจ ซึ่งแบบสอบถามได้รับการตอบรับจากทางออนไลน์จำนวน 346 คน และแบบสอบถามแบบกระดาษจำนวน 111 คน รวมทั้งสิ้น 457 คน คิดเป็นร้อยละ 91.40 ของจำนวนที่กำหนดไว้

### 3.2 ตัวแปรที่ศึกษาและค่านิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาค่าแปรบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน และพนักงานธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศไทย โดยมีค่านิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ ดังต่อไปนี้

### 3.2.1 พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

พฤติกรรมของพนักงานที่มุ่งสร้างสรรค์ แนะนำหรือประยุกต์ใช้แนวทางใหม่ในการสร้างผลิตภัณฑ์ พัฒนากระบวนการหรือใช้เทคโนโลยีในการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานของตนเอง ทีมงานและความสำเร็จขององค์กร ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ (Janssen, 2000) ได้แก่ 1) การสร้างความคิด (Idea Generation) 2) การสนับสนุนความคิด (Idea Promotion) และ 3) การทำให้ความคิดให้เป็นจริง (Idea Realization)

### 3.2.2 บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร

การรับรู้ของพนักงานในองค์กรเกี่ยวกับนโยบาย กระบวนการทำงาน การบริหารงานและการจัดสรรทรัพยากรที่สนับสนุนและยอมรับการสร้างแนวคิดใหม่หรือนวัตกรรมภายในองค์กร ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ (Y. Luo et al., 2018) ได้แก่ 1) ปรัชญาองค์กร (Organizational Philosophy) 2) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (Leadership Support) 3) การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน (Team Support) 4) การสนับสนุนด้านทรัพยากร (Resource Support) และ 5) ความยืดหยุ่นในการทำงาน (Job Flexibility)

### 3.2.3 ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน

การที่บุคคลมีความชอบและหลงใหลในการทำงาน อันเกิดจากการที่บุคคลยอมรับว่างานที่ทำกลายเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์แห่งตน ซึ่งบุคคลจะเกิดการรับรู้ถึงอำนาจในการควบคุมตนเองและยอมรับว่างานเหล่านั้นมีความสำคัญต่อตนเอง ทำให้บุคคลทุ่มเทเวลาและความพยายามในการทำงานให้สำเร็จ โดยยังสามารถรักษาสมดุลระหว่างการทำงานกับการดำเนินชีวิตในด้านอื่นได้อย่างลงตัวตามแนวคิดของ Vallerand, et al. (2003a)

### 3.2.4 พนักงานธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศไทย

พนักงานที่ทำงานในธนาคารพาณิชย์ซึ่งจดทะเบียนเป็นธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยที่ทำธุรกิจโดยการรับฝากเงินจากประชาชนทั่วไป การให้สินเชื่อ การซื้อขายเงินตราต่างประเทศ การซื้อขายตัวแลกเปลี่ยนซึ่งรวมถึงการขายลดหรือขายช่วงลดตัวเงิน การรับรอง รับอ่าวล ค่าประกันตัวเงิน นอกจากนี้ยังให้บริการเพิ่มเติมในด้านการค้าประกันเงินกู้ยืม การให้บริการเกี่ยวกับการชำระเงินและโอนเงิน และการเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการบริหารความเสี่ยงให้แก่ลูกค้า เช่น ตราสารอนุพันธ์ด้านอัตราดอกเบี้ย และอนุพันธ์ด้านอัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2558)

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.3.1 รายละเอียดของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ดำเนินการโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเนื้อหาของแบบสอบถามถูกแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- 1) แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบรายการเลือกตอบ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อายุ อยุ่ งาน ธนาคารที่ทำงาน สายงาน ตำแหน่งงาน
- 2) แบบสอบถามพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของ Janssen (2000) จำนวน 9 ข้อ ประกอบด้วย
  - (1) การสร้างความคิด (Idea Generation) จำนวน 3 ข้อ ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น “ฉันเป็นคนที่เสนอแนะแนวคิดใหม่ๆ เมื่อเจอสถานการณ์ที่ยากลำบากในการทำงาน” และ “ฉันมักจะแสวงหาวิธีการ เทคนิค หรือเครื่องมือใหม่ ๆ ในการทำงาน”
  - (2) การสนับสนุนความคิด (Idea Promotion) จำนวน 3 ข้อ ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น “ฉันโน้มน้าวให้คนในธนาคารสนับสนุนแนวคิดเชิงนวัตกรรมของฉัน” และ “ฉันดำเนินการให้แนวคิดเชิงนวัตกรรมของฉันได้รับการเห็นชอบ”
  - (3) การทำความคิดให้เป็นจริง (Idea Realization) จำนวน 3 ข้อ ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น “ฉันนำความคิดเชิงนวัตกรรมไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน” และ “ฉันนำแนวคิดเชิงนวัตกรรมของฉันไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของการทำงานอย่างเป็นระบบ”

สำหรับแบบสอบถามนี้มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วน (Rating Scale) 7 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

7 คะแนน	หมายถึง	“สม่ำเสมอ” (Always)
6 คะแนน	หมายถึง	“ค่อนข้างบ่อย” (Frequently)
5 คะแนน	หมายถึง	“เป็นครั้งคราว” (Sometimes)
4 คะแนน	หมายถึง	“ปานกลาง” (Neutral)
3 คะแนน	หมายถึง	“บางโอกาส” (Seldom)
2 คะแนน	หมายถึง	“แทบจะไม่เคยเลย” (Almost Never)
1 คะแนน	หมายถึง	“ไม่เคยเลย” (Never)

- 3) แบบสอบถามบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรของ Liu (2011, อ้างใน Y. Luo et al., 2018) จำนวน 19 ข้อ ประกอบด้วย
- (1) ปรัชญาองค์กร (Organizational Philosophy) จำนวน 3 ข้อ ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น “ธนาคารของฉันทสนับสนุนให้พนักงานเรียนรู้จากข้อผิดพลาดในอดีตและลงมือทำใหม่อีกครั้ง” และ “ธนาคารของฉันทชื่นชมพนักงานที่มีนวัตกรรมและกล้าเปลี่ยนแปลง”
  - (2) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (Leadership Support) จำนวน 4 ข้อ ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น “หัวหน้าของฉันทเคารพและยอมรับความคิดเห็นและการเห็นต่างของผู้ใต้บังคับบัญชา” และ “หัวหน้าของฉันทสนับสนุนให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีความคิดในการปรับปรุงการทำงานหรือการบริการให้ดีขึ้น”
  - (3) การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน (Team Support) จำนวน 4 ข้อ ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น “เพื่อนร่วมงานของฉันทคอยช่วยเหลือและร่วมมือกันในการทำงานอยู่เสมอ” และ “เพื่อนร่วมงานของฉันทยินดีที่จะแบ่งปันเคล็ดลับและเทคนิคในการทำงานให้แก่ผู้อื่น”
  - (4) การสนับสนุนด้านทรัพยากร (Resource Support) จำนวน 4 ข้อ ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น “ฉันทมีเวลาว่างในการสร้างสรรค์ความคิดหรือค้นหาวิธีใหม่ ๆ ในการทำงาน” และ “ฉันทสามารถใช้งานอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อให้ความคิดใหม่ ๆ ของฉันทนำไปใช้ได้จริง”
  - (5) ความยืดหยุ่นในการทำงาน (Job Flexibility) จำนวน 4 ข้อ ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น “ฉันทสามารถทำงานให้สำเร็จลุล่วงด้วยวิธีการของตนเอง” และ “งานของฉันทมีความท้าทายเป็นอย่างมาก”

สำหรับแบบสอบถามนี้มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วน (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- |         |         |  |
|---------|---------|--|
| 5 คะแนน | หมายถึง | “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” (Strongly Agree)       |
| 4 คะแนน | หมายถึง | “เห็นด้วย” (Agree)                         |
| 3 คะแนน | หมายถึง | “เห็นเป็นกลาง” (Neutral)                   |
| 2 คะแนน | หมายถึง | “ไม่เห็นด้วย” (Disagree)                   |
| 1 คะแนน | หมายถึง | “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” (Strongly Disagree) |

- 4) แบบสอบถามความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน (Harmonious Work Passion) ของ Vallerand, et al. (2003a) จำนวน 7 ข้อ ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น “งานนี้ทำให้ฉันมีประสบการณ์ที่หลากหลายในชีวิต” และ “การที่ฉันได้ค้นพบสิ่งใหม่ๆ จากการทำงานทำให้ฉันชอบงานนี้ยิ่งขึ้นไปอีก”

สำหรับแบบสอบถามนี้มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วน (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	“เห็นด้วยอย่างยิ่ง” (Strongly Agree)
4 คะแนน	หมายถึง	“เห็นด้วย” (Agree)
3 คะแนน	หมายถึง	“เห็นเป็นกลาง” (Neutral)
2 คะแนน	หมายถึง	“ไม่เห็นด้วย” (Disagree)
1 คะแนน	หมายถึง	“ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” (Strongly Disagree)

### 3.3.2 การดำเนินการจัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามส่วนต่าง ๆ ในข้างต้นนั้น มีขั้นตอนการดำเนินการจัดทำดังต่อไปนี้

- 1) ทบทวนแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรต่าง ๆ ในการวิจัย ได้แก่ พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรและความหลงใหลในงาน เพื่อศึกษาและรวบรวมแบบสอบถามที่ใช้วัดตัวแปรดังกล่าว
- 2) คัดเลือกแบบสอบถามที่มีคุณภาพและความน่าเชื่อถือซึ่งพิจารณาจากขั้นตอนการดำเนินการจัดทำ การตรวจสอบคุณภาพความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง ตลอดจนวารสารที่เผยแพร่แบบสอบถามดังกล่าว โดยแบบสอบถามเหล่านั้นประกอบด้วย
  - (1) แบบสอบถามพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของ Janssen (2000) ซึ่งผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถามฉบับนี้เนื่องจากเป็นแบบสอบถามที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในต่างประเทศ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95
  - (2) แบบสอบถามบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรของ Liu and Shi (2010) ซึ่งถูกนำมาใช้ในงานวิจัยของ Luo et al. (2018) โดยแบบสอบถามฉบับนี้ครอบคลุมองค์ประกอบของบรรยากาศส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรทั้ง 5 ด้านและมีค่าความเชื่อมั่นด้านการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน เท่ากับ 0.897 ด้านการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา เท่ากับ 0.915 ด้านปรัชญาองค์กร เท่ากับ 0.905 ด้านการสนับสนุนทรัพยากร เท่ากับ 0.828 และ ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน เท่ากับ 0.772 จึงถือว่าแบบสอบถามฉบับนี้มีความเชื่อมั่นในทุกองค์ประกอบ ผู้วิจัยจึงเลือกใช้แบบสอบถามฉบับนี้
  - (3) แบบสอบถามความหลงใหลในงานของ Vallerand, et al. (2003a) ซึ่งเป็นแบบสอบถามต้นฉบับ

- 3) นำแบบสอบถามที่คัดเลือกข้างต้นเสนอต่อ ผศ.ดร.กฤตกร นวกิจไพฑูรย์ อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมของแบบสอบถาม
- 4) ดำเนินการแปลแบบสอบถามทั้ง 3 ฉบับ โดยกระบวนการแปลแบบย้อนกลับ (Backward Translation) ของ Brislin (1970) โดยเริ่มจากการแปลแบบสอบถามจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทย โดย ผศ.ดร.สรุจ ศุภศิริประภา ผู้เชี่ยวชาญทางด้านภาษาซึ่งดำรงตำแหน่งอาจารย์ประจำคณะภาษาและการสื่อสาร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- 5) พิจารณาและปรับปรุงข้อคำถามให้ตรงตามบริบทของการทำงานในธุรกิจธนาคาร
- 6) นำแบบสอบถามภาษาไทยที่ได้จากการแปลข้างต้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาอีกหนึ่งท่าน ทำการแปลย้อนกลับเป็นภาษาอังกฤษอีกครั้ง โดย ดร. จริญญา ประภพรัตนกุล อาจารย์ประจำกลุ่มการสอนภาษาอังกฤษสำหรับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันภาษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 7) เปรียบเทียบข้อคำถามภาษาอังกฤษในแบบสอบถามต้นฉบับและแบบสอบถามที่แปล โดยผู้เชี่ยวชาญว่ามีความหมายตรงกันหรือไม่ โดยอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ท่านร่วมกันพิจารณา

### 3.3.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.3.3.1 ความเที่ยงตรง (Validity)

แบบสอบถามแต่ละฉบับที่ผู้วิจัยนำมาประยุกต์ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงโดยผู้จัดทำแบบทดสอบหรือนักวิจัยที่ศึกษาแต่ละตัวแปร ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) แบบสอบถามพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของ Janssen (2000) ซึ่งไม่ได้มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม แต่มีงานวิจัยของ W. Kim and Park (2017) ที่ใช้แบบสอบถามของ Janssen (2000) ทั้ง 9 ข้อเช่นกันโดยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) พบว่าค่า  $\lambda^2(24) = 72.568$ ,  $p < 0.001$  ค่า RMSEA เท่ากับ 0.0712, ค่า SRMR เท่ากับ 0.0257, ค่า NNFI เท่ากับ 0.990 และ ค่า CFI เท่ากับ 0.994 แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือวัดมีความตรงเชิงโครงสร้างและมีองค์ประกอบตรงตามที่กำหนดไว้จริง ได้แก่องค์ประกอบด้านการสร้างความคิด การสนับสนุนความคิดและการทำให้ความคิดเป็นจริง

- 2) แบบสอบถามบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรของ Liu and Shi (2010) ซึ่งถูกนำมาใช้ในงานวิจัยของ Y. Luo et al. (2018) ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงคู่เข้า (Convergent Validity) พบว่าค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted หรือ AVE) มีค่ามากกว่า 0.5 โดยองค์ประกอบ 1) ด้านปรัชญาองค์กร มีค่าเท่ากับ 0.835 2) ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร มีค่าเท่ากับ 0.807 3) ด้านการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน มีค่าเท่ากับ 0.865 4) ด้านการสนับสนุนทรัพยากร มีค่าเท่ากับ 0.813 และ 5) ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน มีค่าเท่ากับ 0.791 ซึ่งสรุปได้ว่าแบบทดสอบฉบับนี้มีความตรงเชิงคู่เข้าในทุกองค์ประกอบ
- 3) แบบสอบถามความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนของ Vallerand, et al. (2003a) โดยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของความหลงใหลในงาน 2 ประเภท คือ ความหลงใหลเชิงสร้างสรรค์และความหลงใหลเชิงหมกหมุ่น พบว่าค่า  $\lambda^2(76, N = 235) = 171.70, p < 0.001$  ค่า RMSEA เท่ากับ 0.073, ค่า NNFI เท่ากับ 0.912 และ ค่า CFI เท่ากับ 0.926 เป็นการยืนยันว่าความหลงใหลในงานแบ่งออกเป็น 2 ประเภท มีความตรงเชิงโครงสร้างและมีองค์ประกอบตรงตามที่กำหนดไว้จริง โดยผู้วิจัยเลือกใช้เฉพาะแบบวัดความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามทั้ง 7 ข้อ ทั้งนี้ Jan and Zainal (2020) มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงคู่เข้า (Convergent Validity) ของแบบสอบถามความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน พบว่าค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted หรือ AVE) มีค่าเท่ากับ 0.706 ถือว่าข้อคำถามทั้ง 7 ข้อมีความเที่ยงตรงในการวัดความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน

### 3.3.3.2 ความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามแต่ละฉบับไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 457 คน แล้วจึงนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Reliability Coefficient) ของแบบสอบถามแต่ละฉบับ ดังต่อไปนี้

- 1) แบบสอบถามพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานจำนวน 9 ข้อ ของ Janssen (2000) มีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมและในแต่ละด้าน ดังนี้
  - (1) การสร้างความคิด เท่ากับ .877
  - (2) การสนับสนุนความคิด เท่ากับ .948
  - (3) การทำความคิดให้เป็นจริง เท่ากับ .959

- (4) พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานโดยรวม เท่ากับ .957
- 2) แบบสอบถามบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร จำนวน 19 ข้อ ของ Y. Luo et al. (2018) มีความเชื่อมั่นโดยรวมและในแต่ละด้าน ดังนี้
- (1) ปรัชญาองค์กร เท่ากับ .891
  - (2) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา เท่ากับ .928
  - (3) การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน เท่ากับ .922
  - (4) การสนับสนุนด้านทรัพยากร เท่ากับ .874
  - (5) ความยืดหยุ่นในการทำงาน เท่ากับ .800
  - (6) บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรโดยรวม เท่ากับ .942
- 3) แบบสอบถามความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนจำนวน 7 ข้อ (Vallerand, et al., 2003a) มีความเชื่อมั่นเท่ากับ .919

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บข้อมูล มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 1) ผู้วิจัยยื่นหนังสือขอความอนุเคราะห์จากผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิจัย
- 2) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับพนักงานในธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ใน Google Form หรือแบบสอบถามเป็นชุดเอกสาร ตามความสะดวกในการเก็บข้อมูลของแต่ละธนาคาร ซึ่งผู้วิจัยส่งให้ตัวแทนฝ่ายทรัพยากรบุคคลในแต่ละธนาคารเป็นผู้กระจายแบบสอบถามออนไลน์ให้พนักงานกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้รับการตอบกลับมาจำนวน 457 คน ซึ่งแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับถือว่าสมบูรณ์และสามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลได้ทั้งหมด
- 3) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับมาตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

### 3.5 การจัดการทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกระทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) โดยดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

#### 3.5.1 การจัดการทำข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ผู้วิจัยจะนำมาดำเนินการดังต่อไปนี้

- 1) การตรวจสอบข้อมูล (Checking) ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ และนำแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
- 2) การลงรหัส (Coding) ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่มีความถูกต้องและสมบูรณ์แบบมาลงรหัสตามที่กำหนดรหัสไว้ในแบบสอบถามแต่ละส่วน
- 3) การประมวลผลข้อมูล (Processing) ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ลงรหัสเรียบร้อยแล้วมาบันทึกลงในคอมพิวเตอร์ และประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS)

#### 3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

- 1) การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 2) การวิเคราะห์ระดับบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การ ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงาน
- 3) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การ ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน และการวิเคราะห์เพื่อแสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันสูงเกินไปจนเกิดภาวะ Multicollinearity
- 4) การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การ ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน
- 5) การทดสอบสมมติฐานการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

### 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- 1) การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
- 2) การวิเคราะห์ระดับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานโดยหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ซึ่งผู้วิจัยจะใช้วิธีการอิงเกณฑ์ในการแปลความหมาย โดยเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่แบ่งมาตราส่วนประมาณค่าระดับออกเป็น 5 ช่วงเท่า ๆ กัน ดังนี้ (มัลลิกา บุณนาค, 2537)

$$\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{7-1}{5} = 1.2$$

ดังนั้น เกณฑ์สำหรับระดับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานโดยรวมและรายองค์ประกอบ เป็นดังนี้

- |             |  |
|-------------|--|
| 5.81 - 7.00 | หมายถึง มีพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอยู่ในระดับสูงมาก  |
| 4.61 - 5.80 | หมายถึง มีพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอยู่ในระดับสูง     |
| 3.41 - 4.60 | หมายถึง มีพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง |
| 2.21 - 3.40 | หมายถึง มีพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอยู่ในระดับต่ำ     |
| 1.00 - 2.20 | หมายถึง มีพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอยู่ในระดับต่ำมาก  |

- 3) การวิเคราะห์ระดับบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การ โดยหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ซึ่งผู้วิจัยจะใช้วิธีการอิงเกณฑ์ในการแปลความหมาย โดยเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่แบ่งมาตราส่วนประมาณค่าระดับออกเป็น 5 ช่วงเท่า ๆ กัน ดังนี้ (มัลลิกา บุณนาค, 2537)

$$\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

ดังนั้น เกณฑ์สำหรับระดับการรับรู้บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การทั้งโดยรวมและรายองค์ประกอบ เป็นดังนี้

- |             |  |
|-------------|--|
| 4.21 - 5.00 | หมายถึง มีการรับรู้บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การอยู่ในระดับสูงมาก |
| 3.41 - 4.20 | หมายถึง มีการรับรู้บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การอยู่ในระดับสูง    |

- 2.61 - 3.40 หมายถึง มีการรับรู้บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง
- 1.81 - 2.60 หมายถึง มีการรับรู้บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรอยู่ในระดับต่ำ
- 1.0 - 1.80 หมายถึง มีการรับรู้บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรอยู่ในระดับต่ำมาก

4) การวิเคราะห์ระดับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน โดยหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ซึ่งผู้วิจัยจะใช้วิธีการอิงเกณฑ์ในการแปลความหมาย โดยเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่แบ่งมาตราส่วนประมาณค่าระดับออกเป็น 5 ช่วงเท่า ๆ กัน ดังนี้ (มัลลิกา บุนนาค, 2537)

$$\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

ดังนั้น เกณฑ์สำหรับระดับความหลงใหลในงาน เป็นดังนี้

- 4.21 - 5.00 หมายถึง มีความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนอยู่ในระดับสูงมาก
- 3.41 - 4.20 หมายถึง มีความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนอยู่ในระดับสูง
- 2.61 - 3.40 หมายถึง มีความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนอยู่ในระดับปานกลาง
- 1.81 - 2.60 หมายถึง มีความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนอยู่ในระดับต่ำ
- 1.0 - 1.80 หมายถึง มีความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนอยู่ในระดับต่ำมาก
- 5) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient: r) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)
- 6) การทดสอบสมมติฐานการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร และพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน โดยใช้ PROCESS macro Model 4 ของ Hayes (2017) ในโปรแกรม SPSS
- 7) ทดสอบนัยสำคัญของอิทธิพลทางอ้อม (ab) โดยวิธี Nonparametric Bootstrapping Analysis (Preacher, Rucker, & Hayes, 2007)

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย: บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmative Factor Analysis)
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร และความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน
- 4.4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน
- 4.5 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

สมมติฐานที่ 1: บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

สมมติฐานที่ 2: บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน

สมมติฐานที่ 3: ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

- 4.6 ผลการทดสอบสมมติฐานการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน ในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

สมมติฐานที่ 4: ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีบทบาทเป็นตัวแปรสื่อ ในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmative Factor Analysis)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmative Factor Analysis) ของตัวแปรพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงาน บรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การและความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน เพื่อยืนยันว่าองค์ประกอบของตัวแปรแต่ละตัวมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาค่าดัชนีรากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (RMSEA) < .08, ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (TLI) > .09, ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีเชิงเปรียบเทียบ (CFI) > .09 และค่าดัชนีที่ใช้ในการเปรียบเทียบความกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (CMIN/DF) < 3.00 (กรีซ แรงสูงเนิน, 2554)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmative Factor Analysis) ของตัวแปรพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานทั้ง 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การสร้างความคิด 2) การสนับสนุนความคิด และ 3) การทำความคิดให้เป็นจริง พบว่าค่า  $\lambda^2(20, N = 449) = 50.732, p < 0.001$  ส่วนบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การทั้ง 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ปรัชญาองค์การ 2) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา 3) การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน 4) การสนับสนุนด้านทรัพยากร และ 5) ความยืดหยุ่นในการทำงาน มีค่า  $\lambda^2(140, N = 449) = 416.752, p < 0.001$  และความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีค่า  $\lambda^2(11, N = 449) = 30.367, p < 0.001$  โดยมีค่าดัชนีต่างๆ ตามรายละเอียดในตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงยืนยัน (Confirmative Factor Analysis) ของตัวแปรพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

ตัวแปร	CMIN/DF	CFI	TLI	RMSEA
พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน	2.537	.988	.993	.059
บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การ	2.977	.947	.957	.066
ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน	2.761	.982	.991	.063

จากผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงยืนยัน (CFA) ในตารางที่ 4.1 สามารถอธิบายได้ดังนี้

- 1) องค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) การสร้างความคิด 2) การสนับสนุนความคิด และ 3) การทำความคิดให้เป็นจริง สามารถวัด

พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานได้ สะท้อนว่าเครื่องมือวัดมีความตรงเชิงโครงสร้าง และมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

- 2) องค์ประกอบของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรทั้ง 5 องค์ประกอบ ได้แก่
  - 1) ปรัชญาองค์กร
  - 2) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา
  - 3) การสนับสนุนจากร่วมงาน
  - 4) การสนับสนุนด้านทรัพยากร และ
  - 5) ความยืดหยุ่นในการทำงาน
 สามารถวัดบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรได้ สะท้อนว่าเครื่องมือวัดมีความตรงเชิงโครงสร้างและมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์
- 3) ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) เท่ากับ 0.62 ซึ่งมากกว่า .5 (ไชนันต์ สกุลศรีประเสริฐ, 2556) แสดงว่าเครื่องมือวัดมีความตรงเชิงสูงเข้าที่ดีและมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อายุ อยุงาน หนาการที่ทำงาน สายงาน ตำแหน่งงาน โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความถี่ (Frequency)	ร้อยละ (Percentage)
<b>หนาการ</b>		
หนาการขนาดใหญ่	289	63.2
หนาการขนาดกลาง	77	16.8
หนาการขนาดเล็ก	91	19.9
<b>รวม</b>	<b>457</b>	<b>100.0</b>
<b>เพศ</b>		
ชาย	167	36.5
หญิง	290	63.5
<b>รวม</b>	<b>457</b>	<b>100</b>

ปัจจัยส่วนบุคคล		ความถี่ (Frequency)	ร้อยละ (Percentage)
<b>ระดับการศึกษา</b>			
	มัธยมศึกษา	1	0.2
	ปวช. – ปวส.	2	0.4
	ปริญญาตรี	258	56.5
	สูงกว่าปริญญาตรี	196	42.9
<b>รวม</b>		<b>457</b>	<b>100</b>
<b>อายุ</b>			
	18 - 25 ปี	17	3.7
	26 - 30 ปี	64	14.0
	31 - 40 ปี	161	35.2
	41 - 50 ปี	128	28.0
	51 - 59 ปี	87	19.0
<b>รวม</b>		<b>457</b>	<b>100</b>
<b>อายุงานในธนาคาร</b>			
	น้อยกว่า 1 ปี	20	4.4
	1 ขึ้นไป – 4 ปี	65	14.2
	4 ขึ้นไป – 7 ปี	75	16.4
	7 ขึ้นไป – 10 ปี	58	12.7
	10 ปีขึ้นไป	239	52.3
<b>รวม</b>		<b>457</b>	<b>100</b>
<b>สายงาน</b>			
	สายงานการตลาดและบริการลูกค้า	155	33.9
	สายงานปฏิบัติการงานธนาคาร	156	34.1
	สายงานสนับสนุนธุรกิจ	146	31.9
<b>รวม</b>		<b>457</b>	<b>100</b>

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความถี่ (Frequency)	ร้อยละ (Percentage)
ตำแหน่งงาน		
กลุ่มพนักงาน/เจ้าหน้าที่อาวุโส	296	64.8
กลุ่มผู้บริหารระดับต้นขึ้นไป	161	35.2
<b>รวม</b>	<b>457</b>	<b>100</b>

จากตารางแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 457 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดเป็นพนักงานธนาคารขนาดใหญ่จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 รองลงมาเป็นพนักงานธนาคารขนาดเล็กจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 19.9 และพนักงานธนาคารขนาดกลางจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ตามลำดับ โดยแบ่งเป็นเพศหญิงจำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 และเพศชายจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5

สำหรับระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดจบการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาเป็นผู้จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับ ปวช.-ปวส.มีจำนวนเพียง 2 คนคิดเป็นร้อยละ 0.4 และผู้ที่จบการศึกษาระดับมัธยมมีจำนวนเพียง 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

สำหรับอายุของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดอยู่ในช่วง 31 – 40 ปี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 รองลงมาคือผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในช่วงอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนน้อยที่สุดอยู่ในช่วงอายุ 26 – 30 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในช่วงอายุ 18 – 25 ปี มีจำนวนเพียง 17 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

สำหรับอายุงานในธนาคารของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดคือ 10 ปีขึ้นไป จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมาเป็นผู้ที่มีอายุงานในธนาคารช่วง 4 ปีขึ้นไป – 7 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนน้อยที่สุดมีอายุการทำงานในช่วง 7 ปีขึ้นไป – 10 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 และผู้ที่มีอายุงานน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

สำหรับสายงานของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดอยู่ในสายงานปฏิบัติการงานธนาคารจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1 รองลงมาคือ สายงานการตลาดและบริการลูกค้า จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 และสายงานสนับสนุนธุรกิจ จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 ตามลำดับ

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานในกลุ่มพนักงานหรือเจ้าหน้าที่อาวุโส จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 และเป็นพนักงานกลุ่มผู้บริหารระดับต้นขึ้นไป จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2

#### 4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงาน บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร และความหลงใหลในงานแบบ กลมกลืน

การวิเคราะห์ระดับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงาน บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรและความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน โดยหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และความหมายค่าเฉลี่ยของตัวแปรแต่ละตัว ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.3 – 4.5 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมายค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงาน

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
1) การสร้างความคิด	5.64	0.98	ระดับสูง
2) การสนับสนุนความคิด	5.07	1.31	ระดับสูง
3) การทำความคิดให้เป็นจริง	5.32	1.30	ระดับสูง
<b>พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการ ทำงาน</b>	<b>5.34</b>	<b>1.10</b>	<b>ระดับสูง</b>

(n=457)

จากตารางที่ 4.3 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอยู่ในระดับสูง ( $\bar{X}=5.34$ ,  $SD=1.10$ ) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการสร้างความคิดในระดับสูงที่สุด ( $\bar{X}=5.64$ ,  $SD=0.98$ ) รองลงมาเป็นการทำความคิดให้เป็นจริง ( $\bar{X}=5.32$ ,  $SD=1.30$ ) และลำดับท้ายสุดคือการสนับสนุนความคิด ( $\bar{X}=5.07$ ,  $SD=1.31$ ) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามถือว่ามีพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานทั้ง 3 ด้านอยู่ในระดับสูง

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมายค่าเฉลี่ยของบรรยากาศการส่งเสริม  
นวัตกรรมในองค์กร

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
1) ปรัชญาองค์กร	3.82	0.77	ระดับสูง
2) การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา	3.97	0.78	ระดับสูง
3) การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน	4.08	0.67	ระดับสูง
4) การสนับสนุนด้านทรัพยากร	3.58	0.76	ระดับสูง
5) ความยืดหยุ่นในการทำงาน	3.71	0.71	ระดับสูง
<b>บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมใน องค์กร</b>	<b>3.83</b>	<b>0.59</b>	<b>ระดับสูง</b>

(n=457)

จากตารางที่ 4.4 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้บรรยากาศการส่งเสริม  
นวัตกรรมในองค์กรอยู่ในระดับสูง ( $\bar{X}=3.83$ ,  $SD=0.59$ ) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่าผู้ตอบ  
แบบสอบถามมีการรับรู้การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานในระดับสูงที่สุด ( $\bar{X}=4.08$ ,  $SD=0.67$ )  
รองลงมาเป็น การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา ( $\bar{X}=3.97$ ,  $SD=0.78$ ) ปรัชญาองค์กร ( $\bar{X}=5.82$ ,  
 $SD=0.77$ ) ความยืดหยุ่นในการทำงาน ( $\bar{X}=3.71$ ,  $SD=0.71$ ) และการสนับสนุนด้านทรัพยากร  
( $\bar{X}=3.58$ ,  $SD=0.76$ ) ตามลำดับ ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามถือว่ามี การรับรู้บรรยากาศการส่งเสริม  
นวัตกรรมในองค์กรทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับสูง

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมายค่าเฉลี่ยของความหลงใหลในงานแบบ  
กลมกลืน

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน	3.95	0.66	ระดับสูง

(n=457)

จากตารางที่ 4.5 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความหลงใหลในงานแบบ  
กลมกลืนในระดับสูง ( $\bar{X}=3.95$ ,  $SD=0.66$ )

#### 4.4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน และการวิเคราะห์เพื่อแสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันสูงเกินไปจนเกิดภาวะ Multicollinearity

ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient: r) จะแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังรายละเอียดในตารางที่ 4.6 และ 4.7 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

ตัวแปร	1	2	3
พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน	1		
ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน	.573**	1	
บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร	.568**	.727**	1

\*\* $p < 0.01$

จากตารางที่ 4.6 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน พบว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเท่ากับ 0.568, 0.727 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่าความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเท่ากับ 0.573

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานรายองค์ประกอบของทั้ง 3 ตัวแปร

ตัวแปร	องค์ประกอบ	IWBG	IWBP	IWBR	WP	OICP	OICS	OICO	OICR	OICJ
IWB	IWBG	1								
	IWBP	.730**	1							
	IWBR	.731**	.831**	1						
WP	WP	.534**	.533**	.515**	1					
OIC	OICP	.334**	.343**	.398**	.542**	1				
	OICS	.350**	.362**	.412**	.572**	.616**	1			
	OICO	.323**	.303**	.337**	.474**	.425**	.606**	1		
	OICR	.439**	.531**	.499**	.640**	.545**	.510**	.476**	1	
	OICJ	.505**	.587**	.522**	.690**	.532**	.565**	.517**	.792**	1

\*\* $p < 0.01$

**หมายเหตุ:** IWB หมายถึง พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน, IWBG หมายถึง การสร้างความคิด, IWBP หมายถึง การสนับสนุนความคิด, IWBR หมายถึง การทำให้ความคิดให้เป็นจริง, WP หมายถึง ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน, OIC หมายถึง บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร, OICP หมายถึง ปรัชญาขององค์กร, OICS หมายถึง การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา, OICO หมายถึง การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน, OICR หมายถึง การสนับสนุนด้านทรัพยากร และ OICJ หมายถึง ความยืดหยุ่นในการทำงาน

จากตารางที่ 4.7 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานแต่ละองค์ประกอบ พบว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) ปรัชญาองค์กร 2) ด้านการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา 3) ด้านการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน 4) การสนับสนุนด้านทรัพยากร และ 5) ด้านความยืดหยุ่นในการทำงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) การสร้างความคิด 2) การสนับสนุนความคิด และ 3) การทำให้ความคิดให้เป็นจริง ตามรายละเอียดดังนี้

- 1) บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรทั้ง 5 ด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานด้านการสร้างความคิด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเท่ากับ 0.334, 0.350, 0.323, 0.439 และ 0.505 ตามลำดับ

- 2) บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรทั้ง 5 ด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานด้านการสนับสนุนความคิด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเท่ากับ 0.343, 0.362, 0.303, 0.531 และ 0.587 ตามลำดับ
- 3) บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรทั้ง 5 ด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานด้านการทำให้เป็นจริงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเท่ากับ 0.398, 0.412, 0.337, 0.499 และ 0.522 ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) ปรัชญาขององค์กร 2) ด้านการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา 3) ด้านการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน 4) การสนับสนุนด้านทรัพยากร และ 5) ด้านความยืดหยุ่นในการทำงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเท่ากับ 0.542, 0.572, 0.474, 0.640 และ 0.690 ตามลำดับ

รวมถึงความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนก็มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเท่ากับ .534, .533 และ .515 ตามลำดับ

หากพิจารณาผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ( $r$ ) พบว่าค่าความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนเท่ากับ .727 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.8 (อุทัยวรรณ สายพัฒนา และฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2547) ผู้วิจัยจึงได้นำไปวิเคราะห์ค่าองค์ประกอบความแปรปรวนที่สูงเกินความเป็นจริง (Variance Inflation Factor: VIF) ของตัวแปรอิสระ พบว่าค่าองค์ประกอบความแปรปรวนที่สูงเกินความเป็นจริงมีค่าเท่ากับ 2.198 และ 2.163 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 4 ตามเกณฑ์ที่ Garson (2012) ได้ระบุไว้ จึงถือว่าตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัวไม่มีความสัมพันธ์กันสูงเกินไปจนเกิดภาวะ Multicollinearity ผู้วิจัยจึงสามารถดำเนินการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1-3 ในขั้นตอนต่อไป

#### 4.5 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม ในองค์กร ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมใน การทำงาน

สมมติฐานที่ 1: บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ  
พฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

สำหรับการทดสอบสมมติฐานที่ 1 โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมใน  
องค์กร และพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน โดยมีปัจจัยด้านขนาดของธนาคาร สายงานและ  
ตำแหน่งงานเป็นตัวแปรควบคุม ซึ่งผลการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังตารางที่ 4.8 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับ  
พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

ตัวแปร	พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน			
	B	SE	t	p-value
(ค่าคงที่)	1.698	.314	5.403	.000
บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร	.968	.073	13.296	.000

$R^2 = .361$  Adjusted  $R^2 = .352$   $F = 42.334$

\*\* $p < 0.01$ ,  $n = 457$

หมายเหตุ: ปัจจัยด้านขนาดของธนาคาร สายงานและตำแหน่งงานเป็นตัวแปรควบคุม

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.8 พบว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมี  
ความสัมพันธ์เชิงบวกต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01  
โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ .968 ซึ่งบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรและปัจจัย  
ส่วนบุคคลด้านขนาดธนาคาร สายงานและตำแหน่งงานของพนักงานร่วมกันทำนายพฤติกรรมเชิง  
นวัตกรรมในการทำงานได้ร้อยละ 36.1

สามารถกล่าวได้ว่า เมื่อพนักงานมีการรับรู้บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร  
เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย .968 หน่วย โดยที่  
ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ขนาดธนาคาร สายงานและตำแหน่งงานมีค่าคงที่ จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 ว่า  
บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

สมมติฐานที่ 2: บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน

สำหรับการทดสอบสมมติฐานที่ 2 โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร และความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน โดยมีปัจจัยด้านขนาดของธนาคาร สายงานและตำแหน่งงานเป็นตัวแปรควบคุม ซึ่งผลการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังตารางที่ 4.9 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน

ตัวแปร	ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน			
	B	SE	t	p-value
(ค่าคงที่)	1.000	.160	6.239	.000
บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร	.800	.037	21.534	.000
R <sup>2</sup> = .535 Adjusted R <sup>2</sup> = .532 F = 87.233				

\*\* $p < 0.01$ ,  $n = 457$

หมายเหตุ: ปัจจัยด้านขนาดของธนาคาร สายงานและตำแหน่งงานเป็นตัวแปรควบคุม

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.9 พบว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ .800 ซึ่งบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรและปัจจัยส่วนบุคคลด้านขนาดธนาคาร สายงานและตำแหน่งงานของพนักงานร่วมกันทำนายความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนได้ร้อยละ 53.5

สามารถกล่าวได้ว่า เมื่อพนักงานมีการรับรู้บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย .800 หน่วย โดยที่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ขนาดธนาคาร สายงานและตำแหน่งงานมีค่าคงที่ จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 ว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน

สมมติฐานที่ 3: ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

สำหรับการทดสอบสมมติฐานที่ 3 โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) ระหว่างความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและ

พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน โดยมีปัจจัยด้านขนาดของธนาคาร สายงานและตำแหน่งงานเป็นตัวแปรควบคุม ซึ่งผลการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังตารางที่ 4.10 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

ตัวแปร	พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน			
	B	SE	t	p-value
(ค่าคงที่)	1.857	.295	6.298	.000
ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน	.882	.064	13.720	.000
R <sup>2</sup> = .372    Adjusted R <sup>2</sup> = .364    F = 44.481				

\*\* $p < 0.01$ ,  $n = 457$

หมายเหตุ: ปัจจัยด้านขนาดของธนาคาร สายงานและตำแหน่งงานเป็นตัวแปรควบคุม

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.10 พบว่าความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ .882 ซึ่งความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและปัจจัยส่วนบุคคลด้านขนาดธนาคาร สายงานและตำแหน่งงานของพนักงานร่วมกันทำนายพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานได้ร้อยละ 37.2

สามารถกล่าวได้ว่า เมื่อพนักงานมีความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย .882 หน่วย โดยที่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ขนาดธนาคาร สายงานและตำแหน่งงานมีค่าคงที่ จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 ว่าความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

#### 4.6 ผลการทดสอบสมมติฐานการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

สมมติฐานที่ 4: ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีบทบาทเป็นตัวแปรสื่อในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

สำหรับการทดสอบสมมติฐานที่ 4 โดยใช้ PROCESS macro Model 4 ของ Hayes (2017) ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีปัจจัยด้านขนาดของธนาคาร สายงานและตำแหน่งงานเป็นตัวแปรควบคุม ซึ่งผลการวิเคราะห์มีรายละเอียดในตารางที่ 4.11 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์การสื่ออิทธิพลของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

ตัวแปร	ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน			พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
บรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมในองค์กร	.800**	-	.800**	.534**	.435**	.969**
ความหลงใหลในงานแบบ กลมกลืน	-	-	-	.543**	-	.543**
	R <sup>2</sup> = .538			R <sup>2</sup> = .410		

\*\* $p < 0.01$ ,  $n = 457$

หมายเหตุ: ปัจจัยด้านขนาดของธนาคาร สายงาน และตำแหน่งงาน เป็นตัวแปรควบคุม

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.11 พบว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .800 โดยบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .534 และบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานผ่านความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน โดยค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อม (ab) เท่ากับ .435 เมื่อพิจารณาค่าอิทธิพลทางอ้อมเพื่อทดสอบนัยสำคัญของอิทธิพลทางอ้อมโดยวิธี

Nonparametric Bootstrapping Analysis (Preacher et al., 2007) พบว่าค่าอิทธิพลทางอ้อมอยู่ในช่วงความเชื่อมั่น (CI) ระหว่าง .221 ถึง .680 ซึ่งมีความน่าจะเป็นต่ำมากที่ค่าอิทธิพลทางอ้อมดังกล่าวจะมีค่าเท่ากับ 0 จึงสามารถสรุปได้ว่าความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีบทบาทเป็นตัวแปรสื่อแบบบางส่วน (Partial Mediation) ในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงสนับสนุน



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย: บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานในธนาคารพาณิชย์ไทย 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานในธนาคารพาณิชย์ไทย และ3) เพื่อศึกษาบทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานในธนาคารพาณิชย์ไทย

ประชากรในการศึกษา คือ พนักงานธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศไทยจำนวน 13 แห่ง ซึ่งมีจำนวนประชากร 128,909 (ข้อมูลปรับปรุงล่าสุด ณ เดือนสิงหาคม 2564) โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 500 คน และดำเนินการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling) แล้วใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยให้พนักงานทำแบบสอบถามตามความสมัครใจ ซึ่งแบบสอบถามได้รับการตอบรับทั้งหมด 457 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 91.40 โดยจำแนกตามขนาดของธนาคารที่พนักงานปฏิบัติงานอยู่ 3 กลุ่ม ได้แก่ ธนาคารขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็ก ตามลำดับ

การศึกษาในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ 1) แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบรายการเลือกตอบ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อายุ อายุงาน ธนาคารที่ทำงาน สายงาน ตำแหน่งงาน 2) แบบสอบถามพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของ Janssen (2000) จำนวน 9 ข้อ 3) แบบสอบถามบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรของ Liu and Shi (2010) ซึ่งถูกนำมาใช้ในงานวิจัยของ Luo et al. (2018) จำนวน 19 ข้อ และ4) แบบสอบถามความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน (Harmonious Work Passion) ของ Vallerand, et al. (2003a) จำนวน 7 ข้อ

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้สถิติ ได้แก่ 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และวิเคราะห์ระดับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน บรรยากาศการ

ส่งเสริมนวัตกรรมในการองค์การ และความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนโดยหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) 2) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การ ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient: r) 3) การทดสอบสมมติฐานการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การ และพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน โดยใช้ PROCESS macro Model 4 ของ Hayes (2017) ในโปรแกรม SPSS และ 4) การทดสอบนัยสำคัญของอิทธิพลทางอ้อม (ab) โดยวิธี Nonparametric Bootstrapping Analysis (Preacher et al., 2007) โดยสามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และนำเสนอข้อเสนอแนะดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ระดับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในการองค์การ และความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน

5.1.3 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การ ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

5.1.4 ผลการทดสอบสมมติฐานการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

#### 5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

5.2.1 การอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1: บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

5.2.2 การอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2: บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน

5.2.3 การอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3: ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

5.2.4 การอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4: ความหลงใหลในงานแบบ กลมกลืนเป็นตัวแปรสื่อในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมในองค์กรและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

### 5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 457 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด เป็นเพศหญิงจำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 และเพศชายจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 โดยผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดจบการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 และอายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 161 คน คิดเป็น ร้อยละ 35.2

ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดเป็นพนักงานธนาคารขนาดใหญ่จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 ธนาคารขนาดกลางจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และธนาคารขนาดเล็ก จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 19.9 โดยจำนวนมากที่สุดมีอายุงานในธนาคารตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามทำงานในสายงานปฏิบัติการงานธนาคาร จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1 รองลงมาอยู่สายงานการตลาดและบริการลูกค้าจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 และสายงานสนับสนุนธุรกิจจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดเป็นกลุ่มพนักงานหรือเจ้าหน้าที่อาวุโสจำนวน 296 คน คิดเป็น ร้อยละ 64.8 และกลุ่มผู้บริหารระดับต้นขึ้นไปจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2

### 5.1.2 ผลการวิเคราะห์ระดับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน บรรยากาศการ ส่งเสริมนวัตกรรมในการองค์กร และความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน

การวิเคราะห์ระดับของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน บรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมในองค์กรและความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน พบว่าพนักงานธนาคารพาณิชย์ใน ประเทศไทยซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างมีระดับของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน บรรยากาศการ ส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรและความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนทั้งรายด้านและโดยรวมอยู่ใน ระดับสูง

### 5.1.3 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริม นวัตกรรมในองค์กร ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนกับพฤติกรรมเชิง นวัตกรรมในการทำงาน

- 1) ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1: บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน พบว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
- 2) ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2: บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน พบว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
- 3) ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3: ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน พบว่าความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

### 5.1.4 ผลการทดสอบสมมติฐานการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบ กลมกลืนในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร และพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4: ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีบทบาทเป็นตัวแปรสื่อในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน พบว่าความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีบทบาทการเป็นตัวแปรสื่อแบบบางส่วน (Partial Mediation) ในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

## 5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้สามารถตอบคำถามการวิจัยและได้ผลการศึกษาวิจัยที่สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยทั้ง 4 ประการ ได้แก่ 1) บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน 2) บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน 3) ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน และ 4) ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนเป็นตัวแปรสื่อแบบบางส่วนในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน โดยผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอภิปรายผลการวิจัยดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 5.2.1 การอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1: บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน พบว่าผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานที่ 1 โดยบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากผลการวิจัยที่พบว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน แสดงให้เห็นว่าเมื่อพนักงานมีการรับรู้ถึงการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การจะส่งผลให้พนักงานมีพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน โดยบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การดังกล่าว คือ การที่องค์การมีการสื่อสารให้พนักงานทราบถึงเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ในการทำงาน จึงมีการส่งเสริมให้พนักงานกล้าที่จะเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ประสิทธิภาพการทำงานดีขึ้น และองค์การมีการให้รางวัลหรือชื่นชมพนักงานที่สร้างสรรค์นวัตกรรมซึ่งเป็นประโยชน์ต่องานของหน่วยงานหรือองค์การ โดยมีผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานที่ให้คำแนะนำและสนับสนุนความคิดเชิงนวัตกรรมของพนักงาน รวมถึงโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลหรือทรัพยากรที่จำเป็น และมีเวลาที่เพียงพอต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมให้สำเร็จ ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้จะส่งผลให้พนักงานเกิดการรับรู้ว่าองค์การมีความคาดหวังให้พนักงานสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ในการทำงาน และพนักงานจะได้รับผลลัพธ์ที่พึงปรารถนาเมื่อพนักงานแสดงพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานตามความคาดหวังขององค์การ โดยการแสวงหาวิธีการหรือเครื่องมือใหม่ๆ มาใช้ในการทำงาน และพยายามนำเสนอ กระตุ้นหรือจูงใจให้สมาชิกที่สำคัญในองค์การสนับสนุนแนวคิดหรือวิธีการใหม่ๆ ที่ได้สร้างสรรค์ขึ้น เพื่อให้แนวคิดดังกล่าวถูก

นำมาใช้ประโยชน์ต่อการทำงาน รวมถึงมีการประเมินว่าสิ่งเหล่านั้นก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงานของตนเอง หน่วยงานและองค์กรมากน้อยเพียงใด

โดยสามารถอธิบายตามทฤษฎีของ Vroom (1964) ว่าพนักงานมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรม เมื่อพนักงานเกิดความคาดหวังและให้คุณค่าต่อผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น ซึ่งพนักงานจะทุ่มเทความพยายามในการแสดงพฤติกรรม หากพนักงานเชื่อว่าพฤติกรรมนั้นจะนำไปสู่ผลการปฏิบัติงานที่ดีและผลการปฏิบัติงานนั้นจะทำให้ได้รางวัลที่ปรารถนา จึงกล่าวได้ว่าพนักงานจะพยายามสร้างสรรค์นวัตกรรมเมื่อต้องการให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ดี โดยที่พนักงานรับรู้ว่าการปฏิบัติงานดังกล่าวจะนำไปสู่การตอบแทนจากองค์กร ซึ่งอาจเป็นสิ่งตอบแทนที่เป็นสิ่งของ การยอมรับ หรือการสนับสนุนจากองค์กร โดยสิ่งเหล่านั้นเป็นสิ่งที่พนักงานให้คุณค่าและปรารถนาที่จะได้รับ สะท้อนให้เห็นว่าพนักงานจะเกิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมเมื่อพนักงานมีความเชื่อว่าพฤติกรรมดังกล่าวเป็นความต้องการขององค์กร เมื่อพนักงานมีพฤติกรรมแสดงออกเชิงนวัตกรรมจะทำให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ดีซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร นำไปสู่ผลลัพธ์ที่ตนเองปรารถนา เช่น ผลการประเมินงานที่ดี รางวัลหรือผลตอบแทนจากองค์กร การที่พนักงานรับรู้บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรทั้งด้านปรัชญาองค์กร การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ตลอดจนการสนับสนุนด้านทรัพยากรและลักษณะงานที่ยืดหยุ่น จึงส่งผลให้พนักงานเกิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน เนื่องจากคาดหวังว่าจะได้รับการยอมรับหรือสิ่งตอบแทนที่พึงปรารถนาในเวลาต่อมา

หากพิจารณาถึงบริบทการทำงานในธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย จะเห็นได้ว่าธนาคารแห่งประเทศไทยเปิดโอกาสทางการแข่งขันให้ภาคการเงินสามารถใช้เทคโนโลยี ข้อมูล และช่องทางดิจิทัลเพื่อพัฒนานวัตกรรมและบริการทางการเงินที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมทั้งช่วยลดช่องว่างการเข้าถึงบริการทางการเงิน โดยจัดตั้งให้ธนาคารพาณิชย์สามารถให้บริการบนช่องทางดิจิทัลและขยายโอกาสให้สถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารทำธุรกิจได้หลากหลายและเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานด้วยต้นทุนที่เหมาะสม (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565) ทำให้ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยจะต้องปรับตัวโดยพัฒนานวัตกรรมในการดำเนินงานและการให้บริการลูกค้า เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์และกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร การสร้างสรรค์นวัตกรรมจึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้พนักงานสามารถทำงานได้สำเร็จ ในปัจจุบันธนาคารพาณิชย์หลายแห่งต่างมีการสนับสนุนพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานอย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นว่าพนักงานรับรู้ถึงบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมภายในองค์กรและรับรู้ว่าการแสดงพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมเป็นสิ่งที้องค์กรคาดหวัง ดังนั้นการสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงานจึงเป็นเรื่องที่ดีและจะนำไปสู่ผลการปฏิบัติงานที่ดีของตนเอง พนักงานจึงคาดหวังว่าจะได้รับผลลัพธ์ที่ปรารถนา เช่น การยอมรับ การสนับสนุนหรือรางวัลจากการแสดงพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

ผลการวิจัยดังกล่าว สอดคล้องกับการวิจัยของ He (2013) ที่พบว่า การรับรู้บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม เหมือนกับ Ren and Zhang (2015) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดในงาน บรรยากาศการสนับสนุนนวัตกรรมในองค์การ และพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานที่ทำงานใน 4 เมืองของประเทศจีน และ Liu et al. (2019) ที่ได้ศึกษาในบริบทพนักงานที่ทำงานในประเทศจีนเช่นกัน ก็พบว่าบรรยากาศการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมในองค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน อีกทั้งการศึกษาของ Luo et al. (2018) ยังพบว่าองค์ประกอบของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ปรัชญาองค์การ การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน การสนับสนุนด้านทรัพยากรและงานที่ยืดหยุ่นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานด้วย ในขณะเดียวกัน Ibrahim et al. (2018) ซึ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในงานของวิศวกรในโรงงานประเทศมาเลเซียจำนวน 309 คน ก็พบว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การด้านการสนับสนุนนวัตกรรมและวัฒนธรรมองค์การที่มุ่งเน้นผลการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ Kim et al. (2021) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมในองค์การกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานจำนวน 94 องค์การก็ยังคงพบว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานเช่นกัน

### 5.2.2 การอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2: บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน พบว่าผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานที่ 2 โดยบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากผลการวิจัย ที่พบว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน แสดงให้เห็นว่าเมื่อพนักงานมีการรับรู้ถึงการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้พนักงานมีความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนเพิ่มสูงขึ้น โดยบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การดังกล่าว คือ การที่หัวหน้างานมีการสนับสนุนให้พนักงานมีการคิดปรับปรุงการทำงานหรือการบริการให้ดีขึ้น หรือการที่เพื่อนร่วมงานพร้อมที่จะแนะนำและแบ่งปันความรู้ เทคนิคการทำงานให้แก่พนักงานเมื่อพนักงานต้องการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ในงาน รวมถึงลักษณะงานที่ทำท้าทายความสามารถและสนับสนุนให้พนักงานได้มีโอกาสในการตัดสินใจในการทำงาน

ด้วยตนเอง จึงส่งผลให้พนักงานรู้สึกว่าได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ จากการทำงานทั้งการแสวงหาข้อมูลด้วยตนเองหรือการสนับสนุนจากหัวหน้างานหรือเพื่อนร่วมงาน พนักงานจึงมีโอกาสค้นพบประสบการณ์ในชีวิตที่หลากหลายและทำให้ยอมรับว่างานที่ทำอยู่สะท้อนถึงความเป็นตัวตนของพนักงาน จึงทุ่มเททำงานอย่างเต็มที่จนเกิดเป็นความหลงใหลในงานที่สร้างความสุขในการทำงานและการดำเนินชีวิต ซึ่งความหลงใหลดังกล่าว คือ ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน

โดยสามารถอธิบายตามแนวคิดแบบจำลองคุณลักษณะของงาน (The Job Characteristics Model) ของ Hackman and Oldham (1980) อธิบายว่าลักษณะงานทั้ง 5 ประการ มีผลต่อสภาวะทางจิตวิทยาของบุคคลและจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่มีต่อบุคคลและงาน โดยความมีอิสระในงานที่ถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรของการศึกษานี้ จะทำให้เกิดความรับผิดชอบต่อผลของงานตามประสบการณ์ และนำไปสู่แรงจูงใจภายในงานซึ่งเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของความหลงใหลในงาน นอกจากนี้ยังสามารถอธิบายเพิ่มเติมตามแนวคิดของ Zigarmi et al. (2019) ที่เสนอว่าเมื่อพนักงานมีการรับรู้ปัจจัยด้านองค์การ คือ ปัจจัยด้านความร่วมมือในการทำงาน (Collaboration) ซึ่งสามารถตีความถึงความร่วมมือจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานในการทำงานหรือสร้างนวัตกรรมในการทำงาน รวมถึงปัจจัยด้านลักษณะงาน คือ ด้านอิสระในการทำงาน (Autonomy) และเวลาที่เพียงพอในการทำงาน (Workload Balance) ซึ่งตีความถึงทรัพยากรที่เพียงพอและความยืดหยุ่นในการทำงาน พนักงานจะเกิดกระบวนการประเมินทางความคิดและความรู้สึก แล้วส่งผลต่อความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน

ผลการวิจัยดังกล่าว สอดคล้องกับการศึกษาของ Doğru (2018) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานผ่านตัวแปรสื่อความผูกพันในงานของพนักงานจำนวน 203 คนในบริษัท 5 แห่งในประเทศตุรกีพบว่า การรับรู้การสนับสนุนประกอบด้วย การสนับสนุนจากองค์กร ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันในงานของพนักงาน และผลการศึกษาของ Fernet et al. (2014) ที่ได้ศึกษาบทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานในความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นอิสระในงานกับภาวะหมดไฟของคณาจารย์ในประเทศแคนาดา พบว่าอิสระในงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ Mageau et al. (2009) ซึ่งศึกษาการพัฒนาความหลงใหลในงานของกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มศิลปิน กลุ่มวัยรุ่นและนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในประเทศฝรั่งเศส พบว่าการรับรู้ถึงอำนาจของตนเองในการทำกิจกรรมที่ชอบสามารถพัฒนาความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนได้

### 5.2.3 การอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3: ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน พบว่าผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานที่ 3 โดยความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากผลการวิจัย ที่พบว่าความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน แสดงให้เห็นว่า การที่พนักงานรู้สึกว่าคุณค่าของตนเองได้รับประสบการณ์ที่หลากหลายในชีวิตและการได้ค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในการทำงาน ซึ่งประสบการณ์ดังกล่าว ถือเป็นประสบการณ์ที่ดีและน่าจดจำ ทำให้พนักงานชอบและรักที่จะทำงานเหล่านั้นยิ่งขึ้น ประกอบกับการที่พนักงานรู้สึกว่าได้มีโอกาสแสดงตัวตนที่ภาคภูมิใจ ผ่านการสร้างสรรค้งานได้อย่างเต็มที่ จึงส่งผลให้พนักงานมีการคิดค้นแนวทางการทำใหม่ๆ ที่ถือเป็นการพัฒนากระบวนการ ผลิตภัณฑ์หรือการบริการของตนเองให้ดีขึ้น และทุ่มเทแรงกาย แรงใจในการหาแนวร่วมเพื่อสนับสนุนให้แนวคิดดังกล่าวเป็นจริงขึ้นมาได้ ตลอดจนการติดตามและประเมินผลลัพธ์ในการประยุกต์ใช้สิ่งใหม่ดังกล่าวที่สร้างขึ้นด้วย

โดยสามารถอธิบายตามแบบจำลอง The Dualistic Model of Passion (DMP) ที่ได้อธิบายว่าคุณค่าจะมีความผูกพันในกิจกรรมต่างๆ ที่ทำ ซึ่งจะรับรู้ถึงความสนุก ความสำคัญ และสะท้อนความเป็นตัวเอง จึงเกิดเป็นความหลงใหล ดังนั้นความหลงใหลในงานไม่ได้เป็นเพียงความรู้สึกรักในการทำกิจกรรมใดๆ เท่านั้น แต่บุคคลจะทำกิจกรรมเหล่านั้นอย่างสม่ำเสมอ ด้วยเหตุนี้ บุคคลที่มีความหลงใหลในงานจะสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้ดีและมุ่งความสนใจในการทำงานอย่างเต็มที่ นำไปสู่ผลลัพธ์เชิงบวกทั้งในกระบวนการทำงานและความรู้สึกเชิงบวกในตัวบุคคล (Vallerand, 2012) จึงกล่าวได้ว่าการที่พนักงานมีระดับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้พนักงานแสดงออกถึงพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน ซึ่งเป็นผลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่พนักงานภาคภูมิใจและตั้งใจสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างเต็มที่

หากพิจารณาถึงบริบทการทำงานในธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย จะเห็นได้ว่าพนักงานธนาคารมีความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนโดยเฉลี่ยในระดับสูง ซึ่งเป็นความสุขในการทำงานและยอมรับว่างานที่ทำอยู่บ่งบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์ของตนเองอย่างภาคภูมิใจ จึงส่งผลให้พนักงานทุ่มเทและพยายามทำงานเหล่านั้นให้สำเร็จ โดยหนึ่งในวิธีการที่จะทำให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ดีคือการสร้างสรรค์นวัตกรรมในการปฏิบัติงาน ทั้งการพัฒนากระบวนการทำงาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่ตนเองรับผิดชอบซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของธนาคาร

ผลการวิจัยดังกล่าว สอดคล้องกับการศึกษาของ Forest et al. (2012) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ของการใช้จุดแข็งในการทำงานกับความสุขของพนักงานจำนวน 186 คน ในนครควิเบกประเทศ

แคนาดา โดยมีความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนเป็นตัวแปรสื่อ ซึ่งเป็นการทำวิจัยเชิงทดลองเพื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่เข้ารับการพัฒนาคำรู้และการใช้จุดแข็งในการทำงานกับกลุ่มที่ไม่ได้เข้ารับการพัฒนา พบว่าโปรแกรมการพัฒนาดังกล่าวสามารถเพิ่มระดับการใช้จุดแข็งของพนักงานในการทำงานและกลุ่มที่ได้รับการพัฒนามีระดับการใช้จุดแข็งในการทำงานสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ได้เข้ารับการพัฒนา ทั้งนี้ระดับการใช้จุดแข็งในการทำงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความหลงใหลในงานซึ่งส่งผลต่อระดับความสุขของพนักงานด้วย ในขณะที่เดียวกัน Shi (2012) ได้ศึกษาในกลุ่มพนักงานจำนวน 228 คน ที่ทำงานกับ 19 บริษัทในประเทศจีน ก็พบว่าความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน ต่อมา Luu (2019) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศความหลากหลายกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานผ่านตัวแปรสื่อความหลงใหลในงาน และมีตัวแปรปรับเป็นความหลากหลายของบุคคลในกลุ่ม พบว่าความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานในกลุ่มพนักงานชาวบราซิลและเวียดนามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

#### 5.2.4 การอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4: ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนเป็นตัวแปรสื่อในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

จากผลการวิเคราะห์การเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน พบว่าผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานที่ 4 โดยความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนเป็นตัวแปรสื่อแบบบางส่วนในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน หมายความว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานผ่านความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและยังมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานด้วย

จากผลการวิจัยที่พบว่าความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนมีบทบาทเป็นตัวแปรสื่อแบบบางส่วนในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน สะท้อนให้เห็นว่า ตัวแปรด้านความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน ซึ่งเป็นคุณลักษณะภายในตัวพนักงานแต่ละคน เป็นตัวแปรสื่อกลางที่สำคัญในการเชื่อมโยงการรับรู้บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงาน โดยพนักงานจะมีการรับรู้ว่าองค์กรมีการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมในงาน โดยการอำนวยความสะดวกในการสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านทรัพยากรและเวลาที่จำเป็นต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา รวมถึงลักษณะงานที่มีความยืดหยุ่น เปิดโอกาสให้

พนักงานได้แสดงความคิดเห็นและตัดสินใจในงานได้อย่างเต็มที่ภายใต้การแนะนำ และการให้ข้อมูลย้อนกลับที่เป็นประโยชน์จากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานอย่างเหมาะสม จึงก่อให้เกิดความรู้สึกเชิงบวกของพนักงาน และนำไปสู่พฤติกรรมในการทำงานที่พึงประสงค์

โดยสามารถอธิบายตามแบบจำลอง Employee Work Passion Appraisal (EWPA) ซึ่งอธิบายไว้ว่าปัจจัยด้านองค์การ ลักษณะของงานและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์การ มีอิทธิพลต่อการประเมินทางความคิดและความรู้สึกของพนักงาน ก่อให้เกิดความหลงใหลในงาน ซึ่งจะนำไปสู่พฤติกรรมด้านการเป็นสมาชิกขององค์การและพฤติกรรมในการทำงาน (Peyton & Zigarmi, 2021) หากพิจารณาจากแบบจำลองตามตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่า พนักงานจะรับรู้เป้าหมายขององค์การ การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน และมีทรัพยากรที่เพียงพอในการทำงาน รวมถึงด้านลักษณะงานที่มีความยืดหยุ่นและมีอิสระในงาน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะเอื้อต่อการทำงาน พนักงาน จึงเกิดการประเมินทางความคิดและความรู้สึกตามการรับรู้การสนับสนุนนวัตกรรมในองค์การ ทำให้พนักงานมีความรู้สึกเชิงบวกและความสุขในการทำงาน หรือที่เรียกว่าความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน ซึ่งจะนำไปสู่พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานผ่านความหลงใหลในงานของพนักงาน และยังมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานด้วย

หากพิจารณาถึงบริบทการทำงานในธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย จะเห็นได้ว่าธนาคารต่างๆ มีการส่งเสริมการสร้างบรรยากาศการสนับสนุนนวัตกรรมในองค์การ โดยการนำเสนอค่านิยมขององค์การ เพื่อให้พนักงานเรียนรู้และซึมซับค่านิยมเหล่านั้นจนกลายเป็นค่านิยมหลักของตนเอง ผ่านการสนับสนุนจากธนาคารในด้านการจัดโครงการสนับสนุนความคิดเชิงนวัตกรรมของพนักงาน โดยมีการสนับสนุนด้านทรัพยากรที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรมให้สำเร็จ และการให้โอกาสพนักงานมีส่วนร่วมในการออกแบบการพัฒนาและปรับปรุงงาน กระบวนการทำงานและผลิตภัณฑ์ ทำให้พนักงานรับรู้ถึงคุณค่าของงานที่ทำ มีอิสระในการตัดสินใจในงานและได้รับประสบการณ์ในการเรียนรู้ รวมถึงธนาคารมีการพัฒนาผู้บริหารให้สามารถเป็นต้นแบบด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรมได้ดี เมื่อพนักงานรับรู้ถึงการสนับสนุนของธนาคารในด้านการสนับสนุนจากองค์การ การสนับสนุนด้านทรัพยากร การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน พนักงานจะมีการประเมินทางความคิดและความรู้สึกกลายเป็นความรู้สึกเชิงบวก คือ ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน ซึ่งจะนำไปสู่พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานซึ่งเป็นเป้าหมายในการทำงานของตนเองและธนาคารด้วย

ผลการศึกษาดังกล่าว สอดคล้องกับการศึกษาของ He (2013) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมในองค์การที่มีต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานโดยมีทุนทางจิตวิทยาเป็นตัวแปรสื่อ ซึ่งเป็นคุณลักษณะภายในตัวบุคคล (เช่นเดียวกับความหลงใหลใน

งานแบบกลมกลืน) ในกลุ่มพนักงานจาก 32 บริษัทในประเทศจีน พบว่าทุนทางจิตวิทยาเป็นตัวแปรสื่อบางส่วนในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม ทั้งนี้ผลการศึกษามีความแตกต่างจากการศึกษาของ Hsu and Chen (2017) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมในองค์กรที่มีต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานโดยมีทุนทางจิตวิทยาเป็นตัวแปรสื่อ ของพนักงานจำนวน 781 คน จาก 16 องค์กรในไต้หวัน พบว่าบรรยากาศการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมในองค์กรและทุนทางจิตวิทยามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน โดยทุนทางจิตวิทยาทำหน้าที่เป็นตัวแปรสื่อแบบสมบูรณ์ในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน ขณะที่การศึกษาของ Kang et al. (2016) ที่ศึกษาในกลุ่มผู้จัดการจำนวน 105 คนและประธานกรรมการบริหารจำนวน 39 คน ที่มีอายุการทำงานประมาณ 10 ปี ซึ่งทำงานในบริษัทขนาดเล็กในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าความหลงใหลในการสร้างสิ่งใหม่เป็นตัวแปรสื่อแบบสมบูรณ์ในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน แต่อย่างไรก็ตามการศึกษาดังกล่าวก็ยังคงแสดงผลในทิศทางเดียวกัน คือความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนเป็นตัวแปรสื่อในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

จากผลการศึกษาครั้งนี้ สะท้อนให้เห็นว่าธนาคารควรให้ความสำคัญกับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมและส่งเสริมความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนภายในธนาคารดังนี้

- 1) ธนาคารควรส่งเสริมบรรยากาศการสนับสนุนนวัตกรรมในธนาคาร โดยการจัดโครงการประกวดนวัตกรรมหรือการปรับให้ผลงานด้านนวัตกรรมเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานของพนักงาน เริ่มจากให้พนักงานสำรวจจากประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน และเสนอแนวทางที่จะพัฒนากระบวนการหรือผลิตภัณฑ์เหล่านั้นด้วยตนเอง เพื่อสร้างการรับรู้ของพนักงานว่าธนาคารมีการสนับสนุนให้พนักงานสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ในการทำงาน สนับสนุนให้พนักงานเรียนรู้จากการลองผิดลองถูก และได้รับรางวัลจากการสร้างนวัตกรรมในการทำงาน ทั้งนี้ธนาคารควรมีการสนับสนุนด้านทรัพยากร เช่น เงินทุน อุปกรณ์ เครื่องมือ เวลาในการสร้างนวัตกรรม และการเข้าถึงการเรียนรู้ที่จำเป็นสำหรับการรังสรรค์นวัตกรรมดังกล่าว ทั้งนี้สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งของการสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมของพนักงาน คือ การปฏิบัติตนของผู้บังคับบัญชา

ซึ่งผู้บังคับบัญชาควรต้องเป็นต้นแบบด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม โดยเคารพและยอมรับความเห็นต่างจากผู้ใต้บังคับบัญชา สนับสนุนความคิดในการปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น รวมถึงเป็นสนับสนุนและผลักดันให้ความคิดเชิงนวัตกรรมของผู้ใต้บังคับบัญชาสามารถนำมาใช้ประโยชน์ต่อหน่วยงานและธนาคารได้จริง

- 2) ธนาคารควรส่งเสริมความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน โดยสื่อสารให้พนักงานทราบถึงผังกระบวนการทำงานภายในธนาคาร (Process Flow) ซึ่งเป็นผังงานที่เชื่อมโยงกันของแต่ละหน่วยงาน ส่งต่องานกันเป็นลำดับขั้นตอนของทุกหน่วยงานในธนาคาร เพื่อให้พนักงานรับรู้ว่างานที่ตนเองรับผิดชอบจะถูกส่งต่อไปให้หน่วยงานใด และสามารถเชื่อมโยงความสำคัญของงานที่ทำกับผลงานของธนาคาร รวมถึงการเปิดโอกาสให้พนักงานได้รับผิดชอบกระบวนการทำงานตั้งแต่ต้นจนจบ เพื่อให้พนักงานได้เห็นภาพรวมของงานที่ตนได้รับมอบหมาย และได้ค้นพบทักษะหรือความรู้ใหม่ๆ ในการทำงาน ซึ่งธนาคารสามารถมอบหมายให้พนักงานตัดสินใจในงานตามความเหมาะสมภายใต้คำแนะนำของผู้บังคับบัญชา ซึ่งจะเป็นการเพิ่มความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนสำหรับพนักงานที่ต้องการความก้าวหน้าในการทำงาน เพราะพนักงานจะเกิดประสบการณ์ที่ทำนายในการทำงาน ได้มีโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง เมื่อพนักงานรับรู้ถึงคุณค่าในงานที่จะส่งผลให้เกิดความตั้งใจและทุ่มเทการทำงานให้มีประสิทธิภาพ โดยหนึ่งในแนวทางที่จะทำให้งานมีประสิทธิภาพได้ คือ การสร้างนวัตกรรมในการทำงาน
- 3) ธนาคารยังสามารถส่งเสริมให้พนักงานมีความร่วมมือกันการทำงาน โดยให้รางวัลการทำงานจากการประเมินจากผลงานของทีม เพื่อให้พนักงานมีการแบ่งปันความคิด การทำงานเป็นทีม และการทำงานร่วมกันในโครงการและงานต่างๆ พนักงานจะรับรู้ได้ว่าเมื่อตนเองต้องการพัฒนางานหรือต้องการทรัพยากรที่เป็นประโยชน์เพื่อให้งานสำเร็จและมีประสิทธิภาพ พนักงานจะได้รับการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชานอกจากการทำงานเป็นทีมแล้ว สิ่งหนึ่งที่สามารถทำควบคู่กัน คือ การให้ข้อมูลย้อนกลับในการทำงานเพื่อปรับปรุงแนวทางการทำงานให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยมีการให้ข้อมูลย้อนกลับระหว่างสมาชิกในทีม ผู้บังคับบัญชาหรือการเก็บข้อมูลผลการปฏิบัติงานแบบเป็นรูปธรรม เพื่อนำมาประกอบการประเมินประโยชน์และความสำเร็จของนวัตกรรมที่สร้างขึ้นได้



## บรรณานุกรม

- กริช แรงสูงเนิน. (2554). *การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: บริษัท ซี เอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- แก้วตา ศรดิศศักดิ์. (2560). *ปัจจัยเหตุและผลของพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานธนาคารกรุงเทพ เขตจังหวัดนครปฐม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- ฉัตรฤทัย ผุดผ่อง, มฤชฎี แก้วจินดา, และวราภรณ์ โสมนันทน์. (2564). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความมุ่งมั่นและพลังขับเคลื่อนกับภาวะเสพติดเกมออนไลน์ในนิสิตระดับปริญญาตรี. *วารสารสถาบันวิจัยญาณสังวร*, 12(1), 45-52.
- จิตสุภาภรณ์ ทิพย์เที่ยงแท้, วรเดช ช่างแก้ว, และสุภาพ เหมือนชู. (2564). การบริหารทรัพยากรบุคคล คุณภาพชีวิตการทำงาน ความมุ่งมั่นและพลังขับเคลื่อนการทำงานของพยาบาลวิชาชีพ ในหน่วยบริการเขตสุขภาพที่ 5. *วารสารพยาบาลทหารบก*, 22(1), 294-302.
- โชติกา จันทร์อยู่. (2562). *พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานเงินเนเรชั่นวาย การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- โชติรส ดำรงศานติ. (2554). การให้สิ่งจูงใจที่ไม่ใช่ตัวเงินและกลยุทธ์การสื่อสารของผู้นำที่มีผลต่อความรักและพลังขับเคลื่อนองค์กรของคนเก่ง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ไชยันต์ สกกุลศรีประเสริฐ. (2556). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน. *วารสารจิตวิทยาคลินิก*, 44(1), 1-16.
- ตรีทิพ บุญแยม, วิลาสลักขณณ์ ชั่ววัลลี, นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล, และภาคพล อนุฤทธิ. (2554). ปัจจัยเชิงสาเหตุทุกระดับที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนวัตกรรมระดับบุคคลและระดับกลุ่มงานเพื่อสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในบริษัทเอกชนของไทย. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์*, 17(2), 69-84.
- เต็มสิริ ทองศิริพันธ์ และจุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์. (2564). อิทธิพลการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานและการรับรู้การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมและผลการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มบริษัทหนึ่งในอุตสาหกรรมเครื่องจักรและชิ้นส่วน ประเทศไทย. *วารสารนักบริหาร*, 41(1), 3-17.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2564). อนาคตของการธนาคาร ที่อาจไม่เหลือ ‘ธนาคาร’ ในอนาคต. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/news/2118741>
- ธนศักดิ์ จันทร์ศิลป์, มนัสนันท์ หัตถศักดิ์, และปวีณา อ่อนใจเอื้อ. (2563). การพัฒนาแบบวัดความมุ่งมั่น

- และพลังขับเคลื่อนทางการเรียน ในนิตยสารมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 20(2), 146-159.
- ธนาคารกรุงไทย. (2563). รายงานประจำปี 2563. สืบค้นจาก <https://krungthai.com/th/investor-relations/financial-information/annual-report>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2558). ธุรกิจการเงินที่ ธปท. กำกับดูแลและตรวจสอบ. สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/OthFlsSupervision/Pages/default.aspx>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). ภาพรวมFintechกับระบบการเงินของไทย. *BOT Magazine*, 3, 4-7.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564ก). ผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ไทยเฉลี่ย (Peer Group) 1 / 2 . สืบค้นจาก [https://www.bot.or.th/App/BTWS\\_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=938&language=TH](https://www.bot.or.th/App/BTWS_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=938&language=TH)
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564ข). สกุลเงินดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลางสำหรับประชาชน. สืบค้นจาก [https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256304\\_TheKnowledge\\_CBDC.aspx](https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256304_TheKnowledge_CBDC.aspx)
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). ภูมิทัศน์ใหม่ภาคการเงินไทยเพื่อเศรษฐกิจดิจิทัลและการเติบโตอย่างยั่งยืน. *BOT Consultation Paper on Financial Landscap*, 9.
- ธเนศ มัทธนาลัย. (2564). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2564-2566: ธุรกิจบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์. สืบค้นจาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Services/digital-software/IO/io-digital-software-21>
- นงนุช หอมเนียม. (2563). แนวคิดภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมด้านสุขภาพในวิชาชีพการพยาบาล. *วารสารการแพทย์โรงพยาบาลอุดรธานี*, 28(2), 244-253.
- ประเวช ชุ่มเกษรกุลกิจ และศจีมาจ ณ วิเชียร. (2561). พฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในการทำงาน: แนวคิดปัจจัยเชิงสาเหตุความท้าทาย. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา*, 10(1), 25-41.
- พงษ์จันทร์ ภูษาพานิชย์. (2561). เอกสารคำสอน แรงจูงใจในการทำงาน. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มัลลิกา บุณนาค. (2537). สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะมนุษยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มารุต ศักดิ์แสงวิจิตร และทิวต์ มณีโชติ. (2564). ภาวะผู้นำแบบผู้รับใช้ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อความมุ่งมั่นในการทำงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2. *วารสารครุศาสตร์*, 49(1), 1-18.

- วาสิตา บุญสาธ. (2556). การสร้างความมุ่งมั่นและพลังขับเคลื่อน เพื่อนำประเทศไทยไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์ สถาบันพัฒนาศาสตร์*, 7(1), 307-355.
- ศรีสุภา พุ่มมะริน. (2564). 5 แงก์ยักษ์ ชิงธงผู้นำ แข่งแพลตฟอร์มดิจิทัล. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/963824>
- สุขุมล เกิดนอก และมัลลิกา สังข์สนิท. (2561). แบบจำลองเชิงสาเหตุของความไว้วางใจในนวัตกรรมต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม : ความมุ่งมั่นและพลังขับเคลื่อนในการทำงานเป็นตัวแปรเชื่อมโยง. *วารสารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ*, 10(2), 33-57.
- อุทัยวรรณ สายพัฒนา และฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2547). Collinearity. *วารสารปริชาต*, 17(1).
- Afsar, B., & Umrani, W. A. (2019). Transformational leadership and innovative work behavior: The role of motivation to learn, task complexity and innovation climate. *European Journal of Innovation Management*, 23(3), 402-428.
- Agarwal, J., & Malloy, D. C. (1999). Ethical work climate dimensions in a not-for-profit organization: An empirical study. *Journal of business ethics*, 20(1), 1-14.
- Akram, T., Lei, S., Haider, M. J., & Hussain, S. T. (2018). Exploring the impact of knowledge sharing on the innovative work behavior of employees: A study in China. *International Business Research*, 11(3), 186-194.
- Al-Shammari, M. M. (1992). Organizational climate. *Leadership & Organization Development Journal*, 13(6), 30-32.
- Anderson, N. R., & West, M. A. (1998). Measuring climate for work group innovation: development and validation of the team climate inventory. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 19(3), 235-258.
- Ardichvili, A., Page, V., & Wentling, T. (2003). Motivation and barriers to participation in virtual knowledge-sharing communities of practice. *Journal of knowledge management*, 7(1), 64-77.
- Astakhova, M. N., & Porter, G. (2015). Understanding the work passion–performance relationship: The mediating role of organizational identification and moderating role of fit at work. *human relations*, 68(8), 1315-1346.
- Bandura, A. (1969). Social-learning theory of identificatory processes. In *Handbook of socialization theory and research* (pp. 213-255).

- Bandura, A. (1985). Model of causality in social learning theory. In *Cognition and psychotherapy* (pp. 81-99): Springer.
- Bartels, J., Pruyn, A., De Jong, M., & Joustra, I. (2007). Multiple organizational identification levels and the impact of perceived external prestige and communication climate. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 28(2), 173-190.
- Bock, G.-W., Zmud, R. W., Kim, Y.-G., & Lee, J.-N. (2005). Behavioral intention formation in knowledge sharing: Examining the roles of extrinsic motivators, social-psychological forces, and organizational climate. *MIS quarterly*, 87-111.
- Brislin, R. W. (1970). Back-translation for cross-cultural research. *Journal of cross-cultural psychology*, 1(3), 185-216.
- Chang, J.-C., & Yang, Y.-L. (2012). The effect of organization's innovational climate on student's creative self-efficacy and innovative behavior. *Business & Entrepreneurship Journal*, 1(1), 75-100.
- Chen, P., Lee, F., & Lim, S. (2020). Loving thy work: Developing a measure of work passion. *European journal of work and organizational psychology*, 29(1), 140-158.
- Chou, C.-M., Hsiao, H.-C., Shen, C.-H., & Chen, S.-C. (2010). Analysis of Factors in Technological and Vocational School Teachers' Perceived Organizational Innovative Climate and Continuous Use of E-Teaching: Using Computer Self-Efficacy as an Intervening Variable. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 9(4), 35-48.
- Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological bulletin*, 112(1), 155.
- Cooper, R. G., Edgett, S. J., & Kleinschmidt, E. J. (2004). Benchmarking best NPD practices—I. *Research-Technology Management*, 47(1), 31-43.
- Curran, T., Hill, A. P., Appleton, P. R., Vallerand, R. J., & Standage, M. (2015). The psychology of passion: A meta-analytical review of a decade of research on intrapersonal outcomes. *Motivation and Emotion*, 39(5), 631-655.
- De Jong, J., & Den Hartog, D. (2010). Measuring innovative work behaviour. *Creativity and innovation management*, 19(1), 23-36.

- De Jong, J., & Den Hartog, D. N. (2008). Innovative work behavior: Measurement and validation. *EIM Business and Policy Research*, 8(1), 1-27.
- De Spiegelaere, S., Van Gyes, G., De Witte, H., Niesen, W., & Van Hootegem, G. (2014). On the relation of job insecurity, job autonomy, innovative work behaviour and the mediating effect of work engagement. *Creativity and innovation management*, 23(3), 318-330.
- De Spiegelaere, S., Van Gyes, G., & Van Hootegem, G. (2014). Innovatief Werkgedrag als concept: definiëring en oriëntering. *Gedrag & Organisatie*, 27(2), 139-156.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). Cognitive evaluation theory. In *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior* (pp. 43-85): Springer.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2012). Self-determination theory. In *Handbook of theories of social psychology* (pp. 416-436). Sage.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2013). Conceptualization of Intrinsic Motivation and Self-Determination. In *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior* (pp. 11-42): Springer Science & Business Media.
- Deloitte. (2021). Deloitte's 2021 global banking and capital markets outlook: strengthening resilience, accelerating transformation. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/cn/en/pages/financial-services/articles/pr-banking-industry-outlook-2021.html>
- Doğru, Ç. (2018). The relationship between perceived support and innovative behavior: Analyzing the mediating role of work engagement. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 384-402.
- Economics Observatory. (2020). How is coronavirus affecting the banking sector? Retrieved from <https://www.economicsobservatory.com/how-coronavirus-affecting-banking-sector>
- Egan, R., Turner, M., & Blackman, D. (2017). Leadership and employee work passion: propositions for future empirical investigations. *Human Resource Development Review*, 16(4), 394-424.
- Fernet, C., Lavigne, G. L., Vallerand, R. J., & Austin, S. (2014). Fired up with passion: Investigating how job autonomy and passion predict burnout at career start in teachers. *Work & Stress*, 28(3), 270-288.

- Forest, J., Mageau, G. A., Crevier-Braud, L., Bergeron, É., Dubreuil, P., & Lavigne, G. L. (2012). Harmonious passion as an explanation of the relation between signature strengths' use and well-being at work: Test of an intervention program. *human relations, 65*(9), 1233-1252.
- Frijda, N. H., Mesquita, B., Sonnemans, J., & Van Goozen, S. (1991). The duration of affective phenomena or emotions, sentiments and passions. In *International Review of Studies on Emotion* (pp. 187-225): Wiley.
- Gagné, M., & Deci, E. L. (2005). Self-determination theory and work motivation. *Journal of Organizational behavior, 26*(4), 331-362.
- Garson, G. D. (2012). *Testing statistical assumptions*: Statistical Associates.
- Grojean, M. W., Resick, C. J., Dickson, M. W., & Smith, D. B. (2004). Leaders, values, and organizational climate: Examining leadership strategies for establishing an organizational climate regarding ethics. *Journal of business ethics, 55*(3), 223-241.
- Hayes, A. F. (2017). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*: Guilford publications.
- He, L.-w. (2013). *Organizational Innovative Climate, Innovative Behavior and the Mediating Role of Psychological Capital: The Case of Creative Talents*. Paper presented at the The 19th International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management.
- Ho, V. T., Wong, S. S., & Lee, C. H. (2011). A tale of passion: Linking job passion and cognitive engagement to employee work performance. *Journal of Management Studies, 48*(1), 26-47.
- Hsu, M. L., & Chen, F. H. (2017). The cross-level mediating effect of psychological capital on the organizational innovation climate–employee innovative behavior relationship. *The Journal of Creative Behavior, 51*(2), 128-139.
- Hsu, M. L., & Fan, H.-L. (2010). Organizational innovation climate and creative outcomes: Exploring the moderating effect of time pressure. *Creativity Research Journal, 22*(4), 378-386.
- Huang, P. (2017). A framework for research and practice: relationship among authentic

- leadership, employee well-being, organizational innovative climate and innovative behavior. *Open Journal of Leadership*, 6(3), 126-134.
- Hunter, S. T., Bedell, K. E., & Mumford, M. D. (2007). Climate for creativity: A quantitative review. *Creativity Research Journal*, 19(1), 69-90.
- Ibrahim, H. I., Mohamad, W. M. W., & Shah, K. A. M. (2018). Organizational innovative climate as a predictor of innovative behaviour among engineers in the electrical and electronic manufacturing industry. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7, 1-14.
- Isaksen, S. G., & Ekvall, G. (2010). Managing for innovation: The two faces of tension in creative climates. *Creativity and innovation management*, 19(2), 73-88.
- Jan, G., & Zainal, S. R. M. (2020). Linking Cooperative Psychological Climate, Harmonious Passion, and Servicing Empowerment with Innovative Work Behaviour. *Asian Academy of Management Journal*, 25(2), 189-213.
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour. *Journal of Occupational and organizational psychology*, 73(3), 287-302.
- Janssen, O. (2004). How fairness perceptions make innovative behavior more or less stressful. *Journal of Organizational behavior*, 25(2), 201-215.
- Kang, J. H., Matusik, J. G., Kim, T.-Y., & Phillips, J. M. (2016). Interactive effects of multiple organizational climates on employee innovative behavior in entrepreneurial firms: A cross-level investigation. *Journal of Business Venturing*, 31(6), 628-642.
- Kim, T.-Y., Wang, X., Schuh, S. C., & Liu, Z. (2021). *Organizational innovative climate and employee innovative behavior*. Paper presented at the Academy of Management Proceedings.
- Kim, W., & Park, J. (2017). Examining structural relationships between work engagement, organizational procedural justice, knowledge sharing, and innovative work behavior for sustainable organizations. *Sustainability*, 9(2), 205.
- Kleysen, R. F., & Street, C. T. (2001). Toward a multi-dimensional measure of individual innovative behavior. *Journal of intellectual Capital*, 2(3), 284-296.

- KPMG. (2020). COVID-19: Impact on the banking sector. *Global banking M&A outlook H2 2020*. Retrieved from <https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2020/07/covid-19-impact-on-banking-m-and-a-2020.html>
- Li, J., Zhang, J., & Yang, Z. (2017). Associations between a Leader's Work Passion and an Employee's Work Passion: A Moderated Mediation Model. *Frontiers in Psychology, 8*(1447). doi:10.3389/fpsyg.2017.01447
- Liu, F., Chow, I. H.-S., Zhang, J.-C., & Huang, M. (2019). Organizational innovation climate and individual innovative behavior: exploring the moderating effects of psychological ownership and psychological empowerment. *Review of Managerial Science, 13*(4), 771-789.
- Lucas, J. R. (1999). *The passionate organization: Igniting the fire of employee commitment*: American Management Association New York, NY.
- Luo, Y., Cao, Z., Yin, L., Zhang, H., & Wang, Z. (2018). Relationship between extraversion and employees' innovative behavior and moderating effect of organizational innovative climate. *NeuroQuantology, 16*(6), 186-194.
- Luo, Z., Bai, X., Min, R., Tang, C., & Fang, P. (2014). Factors influencing the work passion of Chinese community health service workers: an investigation in five provinces. *BMC family practice, 15*(1), 1-9.
- Luu, T. T. (2019). Can diversity climate shape service innovative behavior in Vietnamese and Brazilian tour companies? The role of work passion. *Tourism Management, 72*, 326-339.
- Mageau, G. A., Vallerand, R. J., Charest, J., Salvy, S. J., Lacaille, N., Bouffard, T., & Koestner, R. (2009). On the development of harmonious and obsessive passion: The role of autonomy support, activity specialization, and identification with the activity. *Journal of personality, 77*(3), 601-646.
- Manstead, A. S. R. (1999). The Role of Moral Norm in the Attitude-Behavior Relation. In Deborah J. Terry & Michael A. Hogg (Eds.), *Attitudes, behavior, and social context: The role of norms and group membership* (pp. 20): Taylor&Francis e-Library.
- Marr, B. (2019). The 7 Biggest Technology Trends To Disrupt Banking & Financial Services In 2020. Forbes. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2019/11/08/the-7-biggest-technology-trends-to-disrupt-banking--financial->

services-in-2020/?sh=5ddf68c2c42b

- Martins, E.-C., & Terblanche, F. (2003). Building organisational culture that stimulates creativity and innovation. *European Journal of Innovation Management*, 6(1), 64-74.
- Nasir, N., Halimatussakdiah, H., Suryani, I., Zuhra, S. E., Armia, S., & Mahdani, M. (2019). *How Intrinsic Motivation and Innovative Work Behavior Affect Job Performance*. Paper presented at the 1st Aceh Global Conference (AGC 2018).
- Nguyen, P. V., Le, H. T. N., Trinh, T. V. A., & Do, H. T. S. (2019). The effects of inclusive leadership on job performance through mediators. *Asian Academy of Management Journal*, 24(2), 63-94.
- Nijenhuis, K. (2015). *Impact factors for innovative work behavior in the public sector: The case of the Dutch Fire Department*. University of Twente,
- Nimon, K., & Zigarmi, D. (2015). Development of the work intention inventory short-form. *New Horizons in Adult Education and Human Resource Development*, 27(1), 15-28.
- Pa'wan, F., & Omar, R. (2018). Effects of innovative organizational climate on organizational commitment in Malaysian higher education institutions. *MOJEM: Malaysian Online Journal of Educational Management*, 6(2), 1-21.
- Park, S., & Jo, S. J. (2018). The impact of proactivity, leader-member exchange, and climate for innovation on innovative behavior in the Korean government sector. *Leadership & Organization Development Journal*, 39(1), 130-149.
- Peyton, T., & Zigarmi, D. (2021). Employee perceptions of their work environment, work passion, and work intentions: A replication study using three samples. *BRQ Business Research Quarterly*, 23409444211002210.
- Preacher, K. J., Rucker, D. D., & Hayes, A. F. (2007). Addressing moderated mediation hypotheses: Theory, methods, and prescriptions. *Multivariate behavioral research*, 42(1), 185-227.
- Raykov, M. (2014). Employer support for innovative work and employees' job satisfaction and job-related stress. *Journal of occupational health*, 12-0192-OA.
- Ren, F., & Zhang, J. (2015). Job stressors, organizational innovation climate, and

- employees' innovative behavior. *Creativity Research Journal*, 27(1), 16-23.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2018). *Essentials of organizational behavior* (14th Ed. Vol. 14): Pearson Education Limited.
- Schneider, B., & Reichers, A. E. (1983). On the etiology of climates. *Personnel psychology*, 36(1), 19-39.
- Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy of management journal*, 37(3), 580-607.
- Shanker, R., Bhanugopan, R., Van der Heijden, B. I., & Farrell, M. (2017). Organizational climate for innovation and organizational performance: The mediating effect of innovative work behavior. *Journal of vocational behavior*, 100, 67-77.
- Shi, J. (2012). Influence of passion on innovative behavior: An empirical examination in Peoples Republic of China. *African Journal of Business Management*, 6(30), 8889-8896.
- Sims, R. L., & Keon, T. L. (1997). Ethical work climate as a factor in the development of person-organization fit. *Journal of business ethics*, 16(11), 1095-1105.
- Sternberg, R. J. (2001). What is the common thread of creativity? Its dialectical relation to intelligence and wisdom. *American Psychologist*, 56(4), 360.
- Thurlings, M., Evers, A. T., & Vermeulen, M. (2015). Toward a model of explaining teachers' innovative behavior: A literature review. *Review of educational research*, 85(3), 430-471.
- Tuominen, T., & Toivonen, M. (2011). Studying innovation and change activities in KIBS through the lens of innovative behaviour. *International Journal of Innovation Management*, 15(02), 393-422.
- Turnipseed, P. H., & Turnipseed, D. L. (2013). Testing the proposed linkage between organizational citizenship behaviours and an innovative organizational climate. *Creativity and innovation management*, 22(2), 209-216.
- Vallerand, R. J. (2010). On passion for life activities: The dualistic model of passion. In *Advances in experimental social psychology* (Vol. 42, pp. 97-193): Elsevier.
- Vallerand, R. J. (2012). From motivation to passion: In search of the motivational processes involved in a meaningful life. *Canadian Psychology/Psychologie*

*Canadienne*, 53(1), 42.

- Vallerand, R. J. (2015). *The psychology of passion: A dualistic model*: Series in Positive Psychology.
- Vallerand, R. J., Blanchard, C., Mageau, G. A., Koestner, R., Ratelle, C., Léonard, M., ...Marsolais, J. (2003). Les passions de l'ame: on obsessive and harmonious passion. *Journal of personality and social psychology*, 85(4), 756.
- Vallerand, R. J., Houlfort, N., & Fores, J. (2003). *Passion at work* (Vol. 6).
- Vallerand, R. J., Paquet, Y., Philippe, F. L., & Charest, J. (2010). On the role of passion for work in burnout: A process model. *Journal of personality*, 78(1), 289-312.
- Van de Ven, A. H. (1986). Central problems in the management of innovation. *Management science*, 32(5), 590-607.
- Van Den Hooff, B., & De Ridder, J. A. (2004). Knowledge sharing in context: the influence of organizational commitment, communication climate and CMC use on knowledge sharing. *Journal of knowledge management*, 8(6), 117-130.
- Volmer, J., Spurk, D., & Niessen, C. (2012). Leader-member exchange (LMX), job autonomy, and creative work involvement. *The leadership quarterly*, 23(3), 456-465.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*: Wiley.
- Watson, J. B. (1913). Psychology as the behaviorist views it. *Psychological review*, 20(2), 158.
- West, M. A., & Farr, J. L. (1989). Innovation at work: Psychological perspectives. *Social behaviour*, 4(1), 15-30.
- Wojtczuk-Turek, A., & Turek, D. (2015). Innovative behaviour in the workplace: The role of HR flexibility, individual flexibility and psychological capital: the case of Poland. *European Journal of Innovation Management*, 18(3), 397-419.
- Woods, S. A., Mustafa, M. J., Anderson, N., & Sayer, B. (2018). Innovative work behavior and personality traits: Examining the moderating effects of organizational tenure. *Journal of Managerial Psychology*, 33(1), 29-42.
- Yuan, F., & Woodman, R. W. (2010). Innovative behavior in the workplace: The role of performance and image outcome expectations. *Academy of management journal*, 53(2), 323-342.

- Zigarmi, D., Houson, D., Witt, D., & Diehl, J. (2011). Employee work passion. *Connecting the Dots, Blanchard Employee Work Passion, 3*, 1-10.
- Zigarmi, D., Kim, N., Taylor, P., & Shuck, B. (2019). A Model for the Formation of Employee Work Passion. *Passion for Work: Theory, Research, and Applications*, 105.
- Zigarmi, D., & Nimon, K. (2011). A cognitive approach to work intention: The stuff that employee work passion is made of? *Advances in Developing Human Resources, 13*(4), 447-461.
- Zigarmi, D., Nimon, K., Houson, D., Witt, D., & Diehl, J. (2009). Beyond engagement: Toward a framework and operational definition for employee work passion. *Human Resource Development Review, 8*(3), 300-326.
- Zigarmi, D., Nimon, K., Houson, D., Witt, D., & Diehl, J. (2012). The work intention inventory: Initial evidence of construct validity. *Journal of Business Administration Research, 1*(1), 24.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

รายละเอียดต่าง ๆ ของค่าความเชื่อมั่น และความสัมพันธ์รายชื่อของข้อคำถามใน  
แบบสอบถามแต่ละฉบับ

1) แบบสอบถามพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน จำนวน 9 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ .957

ข้อคำถาม	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1) ฉันเสนอแนะแนวคิดใหม่ๆ เมื่อเจอสถานการณ์ที่ยากลำบากในการทำงาน	.722	.956
2) ฉันมักจะแสวงหาวิธีการ เทคนิค หรือเครื่องมือใหม่ ๆ ในการทำงาน	.742	.955
3) ฉันมักหาทางออกใหม่ๆ ให้กับปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน	.747	.955
4) ฉันโน้มน้าวให้คนในธนาคารสนับสนุนแนวคิดเชิงนวัตกรรมของฉัน	.864	.949
5) ฉันดำเนินการให้แนวคิดเชิงนวัตกรรมของฉันได้รับการเห็นชอบ	.867	.949
6) ฉันทำให้สมาชิกที่สำคัญในธนาคารเกิดความกระตือรือร้นต่อแนวคิดเชิงนวัตกรรมของฉัน	.851	.950
7) ฉันนำความคิดเชิงนวัตกรรมไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน	.865	.949
8) ฉันนำแนวคิดเชิงนวัตกรรมของฉันไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของการทำงานอย่างเป็นระบบ	.878	.949
9) ฉันสามารถประเมินได้ว่าความคิดเชิงนวัตกรรมของฉันก่อให้เกิดประโยชน์เพียงใด	.875	.949

- (1) แบบสอบถามพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานด้านการสร้างความคิด จำนวน 3 ข้อ (ข้อ 1-3) ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .877

ข้อคำถาม	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1) ฉันเสนอแนะแนวคิดใหม่ๆ เมื่อเจอสถานการณ์ที่ยากลำบากในการทำงาน	.721	.867
2) ฉันมักจะแสวงหาวิธีการ เทคนิค หรือเครื่องมือใหม่ ๆ ในการทำงาน	.795	.798
3) ฉันมักหาทางออกใหม่ๆ ให้กับปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน	.778	.815

- (2) แบบสอบถามพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานด้านการสนับสนุนความคิด จำนวน 3 ข้อ (ข้อ 4-6) ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .948

ข้อคำถาม	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
4) ฉันโน้มน้าวให้คนในธนาคารสนับสนุนแนวคิดเชิงนวัตกรรมของฉัน	.884	.929
5) ฉันดำเนินการให้แนวคิดเชิงนวัตกรรมของฉันได้รับการเห็นชอบ	.916	.904
6) ฉันทำให้สมาชิกที่สำคัญในธนาคารเกิดความกระตือรือร้นต่อแนวคิดเชิงนวัตกรรมของฉัน	.873	.938

- (3) แบบสอบถามพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานด้านการทำความคิดให้เป็นจริง จำนวน 3 ข้อ (ข้อ 7-9) ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .959

ข้อคำถาม	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
7) ฉันทำความคิดเชิงนวัตกรรมไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน	.891	.955
8) ฉันทำแนวคิดเชิงนวัตกรรมของฉันทำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของการทำงานอย่างเป็นระบบ	.931	.925
9) ฉันทำสามารถประเมินได้ว่าความคิดเชิงนวัตกรรมของฉันทำก่อให้เกิดประโยชน์เพียงใด	.915	.937

- 2) แบบสอบถามบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร จำนวน 19 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นทั้งหมดเท่ากับ .942

ข้อคำถาม	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1) อนาคตของฉันทำสนับสนุนให้พนักงานเรียนรู้จากข้อผิดพลาดในอดีตและลงมือทำใหม่อีกครั้ง	.651	.939
2) อนาคตของฉันทำชื่นชมพนักงานที่มีนวัตกรรมและกล้าเปลี่ยนแปลง	.658	.939
3) อนาคตของฉันทำให้รางวัลแก่พนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์	.621	.939
4) หัวหน้าที่ฉันทำเคารพและยอมรับความคิดเห็นและการเห็นต่างของผู้ใต้บังคับบัญชา	.720	.938
5) หัวหน้าที่ฉันทำสนับสนุนให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีความคิดในการปรับปรุงการทำงานหรือการบริการให้ดีขึ้น	.714	.938
6) หัวหน้าที่ฉันทำให้การสนับสนุนงานที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของผู้ใต้บังคับบัญชา	.734	.937

ข้อคำถาม	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
7) หัวหน้าของฉันเป็นแบบอย่างที่ดีด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม	.687	.938
8) เพื่อนร่วมงานของฉันคอยช่วยเหลือและร่วมมือกันในการทำงาน อยู่เสมอ	.648	.939
9) เพื่อนร่วมงานของฉันยินดีที่จะแบ่งปันเคล็ดลับและเทคนิคใน การทำงานให้แก่ผู้อื่น	.614	.939
10) เพื่อนร่วมงานของฉันมีการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เกี่ยวกับเรื่องงานอยู่บ่อยๆ	.625	.939
11) เพื่อนร่วมงานของฉันมักจะให้คำแนะนำแก่ฉัน เมื่อฉันมี ความคิดใหม่ๆ	.663	.939
12) ฉันมีเวลาว่างในการสร้างสรรค์ความคิดหรือค้นหาวิธีใหม่ ๆ ใน การทำงาน	.643	.939
13) ฉันสามารถใช้งานอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อ ทำให้ความคิดใหม่ ๆ ของฉันนำไปใช้ได้จริง	.672	.938
14) ฉันสามารถเข้าถึงข้อมูลและทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับงานที่ต้อง ใช้ความคิดสร้างสรรค์	.677	.938
15) ฉันมีเวลามากพอที่จะทำให้ความคิดใหม่ ๆ ของฉันเป็นจริง ขึ้นมาได้	.682	.938
16) ฉันสามารถทำงานให้สำเร็จลุล่วงด้วยวิธีการของตนเอง	.603	.940
17) งานของฉันมีความท้าทายเป็นอย่างมาก	.641	.939
18) ฉันเป็นผู้ที่มีอำนาจสูงสุดในการตัดสินใจเกี่ยวกับงานของฉัน	.599	.941
19) ฉันแสดงความคิดสร้างสรรค์ผ่านการทำงานได้อย่างเต็มที่	.696	.938

- (1) แบบสอบถามบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การด้านปรัชญาองค์การ จำนวน 3 ข้อ  
ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .891

ข้อคำถาม	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1) ธนาคารของฉันสนับสนุนให้พนักงานเรียนรู้จากข้อผิดพลาดในอดีตและลงมือทำใหม่อีกครั้ง	.758	.869
2) ธนาคารของฉันชื่นชมพนักงานที่มีนวัตกรรมและกล้าเปลี่ยนแปลง	.827	.809
3) ธนาคารของฉันให้รางวัลแก่พนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์	.774	.855

- (2) แบบสอบถามบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การด้านการสนับสนุนจาก  
ผู้บังคับบัญชา จำนวน 4 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .928

ข้อคำถาม	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
4) หัวหน้าของฉันเคารพและยอมรับความคิดเห็นและการเห็นต่างของผู้ใต้บังคับบัญชา	.817	.911
5) หัวหน้าของฉันสนับสนุนให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีความคิดในการปรับปรุงการทำงานหรือการบริการให้ดีขึ้น	.843	.902
6) หัวหน้าของฉันให้การสนับสนุนงานที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของผู้ใต้บังคับบัญชา	.868	.894
7) หัวหน้าของฉันเป็นแบบอย่างที่ดีด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม	.803	.917

(3) แบบสอบถามบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การด้านการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน จำนวน 4 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .922

ข้อคำถาม	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
8) เพื่อนร่วมงานของฉันคอยช่วยเหลือและร่วมมือกันในการทำงานอยู่เสมอ	.837	.893
9) เพื่อนร่วมงานของฉันยินดีที่จะแบ่งปันเคล็ดลับและเทคนิคในการทำงานให้แก่ผู้อื่น	.830	.895
10) เพื่อนร่วมงานของฉันมีการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องงานอยู่บ่อยๆ	.791	.908
11) เพื่อนร่วมงานของฉันมักจะให้คำแนะนำแก่ฉัน เมื่อฉันมีความคิดใหม่ๆ	.822	.898

(4) แบบสอบถามบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การด้านการสนับสนุนด้านทรัพยากร จำนวน 4 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .874

ข้อคำถาม	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
12) ฉันมีเวลาว่างในการสร้างสรรค์ความคิดหรือค้นหาวิธีใหม่ ๆ ในการทำงาน	.747	.831
13) ฉันสามารถใช้งานอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อทำให้ความคิดใหม่ ๆ ของฉันนำไปใช้ได้จริง	.703	.849
14) ฉันสามารถเข้าถึงข้อมูลและทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับงานที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์	.714	.844
15) ฉันมีเวลามากพอที่จะทำให้ความคิดใหม่ ๆ ของฉันเป็นจริงขึ้นมาได้	.754	.829

(5) แบบสอบถามบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การด้านการสนับสนุนด้านความ  
 ยืดหยุ่นในการทำงาน จำนวน 4 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .800

ข้อคำถาม	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
16) ฉันสามารถทำงานให้สำเร็จลุล่วงด้วยวิธีการของตนเอง	.515	.794
17) งานของฉันมีความท้าทายเป็นอย่างมาก	.620	.748
18) ฉันเป็นผู้ที่มีอำนาจสูงสุดในการตัดสินใจเกี่ยวกับงานของฉัน	.619	.760
19) ฉันแสดงความคิดสร้างสรรค์ผ่านการทำงานได้อย่างเต็มที่	.738	.686

3) แบบสอบถามความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน จำนวน 7 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ  
 เท่ากับ .919

ข้อคำถาม	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1) งานนี้ทำให้ฉันมีประสบการณ์ที่หลากหลายในชีวิต	.722	.910
2) การที่ฉันได้ค้นพบสิ่งใหม่ๆ จากการทำงาน ทำให้ฉันชอบงานนี้ ยิ่งขึ้นไปอีก	.803	.901
3) งานนี้ทำให้ฉันได้รับประสบการณ์ที่น่าจดจำ	.797	.902
4) งานนี้สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นตัวตนของฉันที่ฉันภูมิใจ	.805	.901
5) งานนี้เป็นส่วนประกอบหนึ่งของชีวิตฉันอย่างลงตัว	.792	.902
6) ฉันหลงใหลในการทำงานนี้มาก แต่ก็ไม่ได้หมกหมุ่นจนควบคุม ตนเองไม่ได้	.724	.910
7) ฉันเต็มใจกับการทำงานนี้เป็นอย่างมาก	.611	.920



## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม  
ในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย: บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความ  
หลงใหลในงานแบบกลมกลืน”

**คำชี้แจง** แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ในระดับปริญญาโท ตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ) คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการ  
ส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ใน  
ประเทศไทย: บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน โดยแบบสอบถาม  
แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร จำนวน 19 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน จำนวน 9 ข้อ

ในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ข้อมูลจะได้รับการเก็บรักษาไว้เป็นความลับตามหลัก  
จรรยาบรรณของงานวิจัย ผู้วิจัยจะถือเป็นความลับในการใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น  
โดยไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อความมั่นคงในหน้าที่การปฏิบัติงานของท่าน จะไม่มีการเปิดเผยข้อมูล  
ของผู้ตอบแบบสอบถามในรายงานผลการวิจัย และจะไม่นำไปใช้ในการพาดพิงถึงบุคคลอื่นและ  
หน่วยงานใด ๆ ทั้งสิ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการช่วยตอบแบบสอบถามให้  
ตรงกับความคิดเห็นของท่านให้มากที่สุด เพื่อให้ผลการศึกษามีความเที่ยงตรงและเป็นประโยชน์ใน  
การพัฒนางานองค์กรต่อไป ประการสุดท้าย ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือมา ณ ที่นี้

ขอแสดงความนับถือ

นางสาว พิมพ์ภัฏส มาแก้ว

คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

<b>ส่วนที่ 1</b> แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม <b>คำชี้แจง</b> โปรดทำเครื่องหมาย <input checked="" type="checkbox"/> ลงใน <input type="checkbox"/> หน้าข้อความ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดให้ <b>ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านที่สุด</b>	
<b>1. เพศ</b>	<input type="checkbox"/> ชาย <input type="checkbox"/> หญิง <input type="checkbox"/> อื่นๆ
<b>2. ระดับการศึกษา</b>	<input type="checkbox"/> มัธยมศึกษา <input type="checkbox"/> ปวช. – ปวส. <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี
<b>3. ในปีนี้ (2022) ท่านอายุเท่าใด</b>	<input type="checkbox"/> 18 - 25 ปี <input type="checkbox"/> 26 - 30 ปี <input type="checkbox"/> 31 ปี- 40 ปี <input type="checkbox"/> 41 – 50 ปี <input type="checkbox"/> 51-59 ปี
<b>4. อายุงาน</b>	<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 1 ปี <input type="checkbox"/> 1 ปี-4 ปี <input type="checkbox"/> 4 ปีขึ้นไป-7 ปี <input type="checkbox"/> 7 ปีขึ้นไป-10 ปี <input type="checkbox"/> 10 ปีขึ้นไป
<b>5. ธนาคารที่ทำงานอยู่</b>	<input type="checkbox"/> ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) <input type="checkbox"/> ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) <input type="checkbox"/> ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) <input type="checkbox"/> ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) <input type="checkbox"/> ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) <input type="checkbox"/> ธนาคารซีไอเอ็มบี (ไทย) จำกัด (มหาชน) <input type="checkbox"/> ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) <input type="checkbox"/> ธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน) <input type="checkbox"/> ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) <input type="checkbox"/> ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) <input type="checkbox"/> ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) <input type="checkbox"/> ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) <input type="checkbox"/> ธนาคาร ไอซีบีซี (ไทย) จำกัด (มหาชน)
<b>6. สายงาน</b>	<input type="checkbox"/> สายงานขายและดูแลลูกค้า <input type="checkbox"/> สายงานการเงินและการบัญชีของธนาคาร <input type="checkbox"/> สายงานกลยุทธ์และการวางแผน <input type="checkbox"/> สายงานตรวจสอบ ควบคุมและดูแลกำกับกิจการ <input type="checkbox"/> สายงานบริหารสินเชื่อและความเสี่ยง <input type="checkbox"/> สายงานบริหารทรัพยากรบุคคล

<b>ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม</b> <b>คำชี้แจง</b> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน <input type="checkbox"/> หน้าข้อความ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดให้ ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านที่สุด	
	<input type="checkbox"/> สายงานปฏิบัติการและสนับสนุนธุรกิจธนาคาร <input type="checkbox"/> สายงานผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคาร <input type="checkbox"/> สายงานสื่อสารและภาพลักษณ์องค์กร <input type="checkbox"/> สายงานเทคโนโลยีและสารสนเทศ <input type="checkbox"/> อื่นๆ
7. ตำแหน่งงาน	<input type="checkbox"/> กลุ่มพนักงาน/เจ้าหน้าที่ <input type="checkbox"/> กลุ่มผู้บริหารระดับต้น/หัวหน้างาน <input type="checkbox"/> กลุ่มบริหารระดับกลาง/ระดับสูง

<b>ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน</b> <b>คำชี้แจง</b> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียง คำตอบเดียว							
*ขอให้ท่านนึกถึงการทำงานของท่านในปัจจุบัน แล้วเลือกตอบว่าท่านมีพฤติกรรมเหล่านี้บ่อย เพียงใด*							
ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น						
	สม่า เสมอ	ค่อนข้าง บ่อย	เป็น ครั้ง คราว	ปาน กลาง	บาง โอกาส	แทบ จะ ไม่ เคย เลย	ไม่ เคย เลย
1. ฉันเสนอแนะแนวคิดใหม่ๆ เมื่อเจอ สถานการณ์ที่ยากลำบากในการทำงาน							
2. ฉันมักจะแสวงหาวิธีการ เทคนิค หรือ เครื่องมือใหม่ ๆ ในการทำงาน							
3. ฉันมักหาทางออกใหม่ๆ ให้กับปัญหาที่ เกิดขึ้นในการทำงาน							
4. ฉันโน้มน้ำหนักให้คนในธนาคารสนับสนุน							

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน							
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว							
*ขอให้ท่านนึกถึงการทำงานของท่านในปัจจุบัน แล้วเลือกตอบว่าท่านมีพฤติกรรมเหล่านี้บ่อยเพียงใด*							
ข้อความ	ระดับความคิดเห็น						
	สม่ำเสมอ	ค่อนข้างบ่อย	เป็นครั้งคราว	ปานกลาง	บางโอกาส	แทบจะไม่เคยเลย	ไม่เคยเลย
แนวคิดเชิงนวัตกรรมของฉัน							
5. ฉันดำเนินการให้แนวคิดเชิงนวัตกรรมของฉันได้รับการเห็นชอบ							
6. ฉันทำให้สมาชิกที่สำคัญในธนาคารเกิดความกระตือรือร้นต่อแนวคิดเชิงนวัตกรรมของฉัน							
7. ฉันนำความคิดเชิงนวัตกรรมไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน							
8. ฉันนำแนวคิดเชิงนวัตกรรมของฉันไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของการทำงานอย่างเป็นระบบ							
9. ฉันสามารถประเมินได้ว่าความคิดเชิงนวัตกรรมของฉันก่อให้เกิดประโยชน์เพียงใด							

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน					
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว					
*ขอให้ท่านนึกถึงงานที่ท่านทำในปัจจุบัน แล้วเลือกตอบคำถามตามความคิดเห็นของท่านดังต่อไปนี้*					
ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. งานนี้ทำให้ฉันมีประสบการณ์ที่หลากหลายในชีวิต					
2. การที่ฉันได้ค้นพบสิ่งใหม่ๆ จากการทำงาน ทำให้ฉันชอบงานนี้ยิ่งขึ้นไปอีก					
3. งานนี้ทำให้ฉันได้รับประสบการณ์ที่น่าจดจำ					
4. งานนี้สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นตัวตนของฉันที่ฉันภูมิใจ					
5. งานนี้เป็นส่วนประกอบหนึ่งของชีวิตฉันอย่างลงตัว					
6. ฉันหลงใหลในการทำงานนี้มาก แต่ก็ไม่ได้หมกหมุ่นจนควบคุมตนเองไม่ได้					
7. ฉันเต็มใจกับการทำงานนี้เป็นอย่างมาก					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร					
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว					
ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
<b>*ขอให้ท่านนึกถึงลักษณะงานที่ท่านทำในปัจจุบัน แล้วเลือกตอบคำถามตามความคิดเห็นของท่านดังต่อไปนี้*</b>					
1. ฉันมีเวลาว่างในการสร้างสรรค์ความคิดหรือค้นหาวิธีใหม่ ๆ ในการทำงาน					
2. ฉันสามารถใช้งานอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อทำให้ความคิดใหม่ ๆ ของฉันนำไปใช้ได้จริง					
3. ฉันสามารถเข้าถึงข้อมูลและทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับงานที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์					
4. ฉันมีเวลามากพอที่จะทำให้ความคิดใหม่ ๆ ของฉันเป็นจริงขึ้นมาได้					
5. ฉันสามารถทำงานให้สำเร็จลุล่วงด้วยวิธีการของตนเอง					
6. งานของฉันมีความท้าทายเป็นอย่างมาก					
7. ฉันเป็นผู้ที่มีอำนาจสูงสุดในการตัดสินใจเกี่ยวกับงานของฉัน					
8. ฉันแสดงความคิดสร้างสรรค์ผ่านการทำงานได้อย่างเต็มที่					
<b>*ขอให้ท่านนึกถึงเพื่อนร่วมงานของท่าน แล้วเลือกตอบคำถามตามความคิดเห็นของท่านดังต่อไปนี้*</b>					
1. เพื่อนร่วมงานของฉันคอยช่วยเหลือและร่วมมือกันในการทำงานอยู่เสมอ					
2. เพื่อนร่วมงานของฉันยินดีที่จะแบ่งปันเคล็ดลับและเทคนิคในการทำงานให้แก่ผู้อื่น					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร					
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว					
ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. เพื่อนร่วมงานของฉันทันมีการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องงานอยู่บ่อยๆ					
4. เพื่อนร่วมงานของฉันทันมักจะให้คำแนะนำแก่ฉันทัน เมื่อฉันทันมีความคิดใหม่ๆ					
<b>*ขอให้ท่านนึกถึงหัวหน้างานที่ใกล้ชิดกับท่านมากที่สุด แล้วเลือกตอบคำถามตามความคิดเห็นของท่านดังต่อไปนี้*</b>					
1. หัวหน้าของฉันทันเคารพและยอมรับความคิดเห็นและการเห็นต่างของผู้ใต้บังคับบัญชา					
2. หัวหน้าของฉันทันสนับสนุนให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีความคิดในการปรับปรุงการทำงานหรือการบริการให้ดีขึ้น					
3. หัวหน้าของฉันทันให้การสนับสนุนงานที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของผู้ใต้บังคับบัญชา					
4. หัวหน้าของฉันทันเป็นแบบอย่างที่ดีด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม					
<b>*ขอให้ท่านนึกถึงการทำงานในธนาคาร แล้วเลือกตอบคำถามตามความคิดเห็นของท่านดังต่อไปนี้*</b>					
1. ธนาคารของฉันทันสนับสนุนให้พนักงานเรียนรู้จากข้อผิดพลาดในอดีตและลงมือทำใหม่อีกครั้ง					
2. ธนาคารของฉันทันชื่นชมพนักงานที่มีนวัตกรรมและกล้าเปลี่ยนแปลง					
3. ธนาคารของฉันทันให้รางวัลแก่พนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์					



ภาคผนวก ค

เอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง



## เอกสารรับรองการยกเว้นการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

## Certificate of Exemption

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ขอรับรองว่าโครงการวิจัยตามที  
ระดับด้านล่างได้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และได้รับการยกเว้นการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย  
ในมนุษย์ ตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ที่เป็นมาตรฐานสากล ได้แก่ ประกาศเฮลซิงกิ แนวทางการ  
ปฏิบัติการวิจัยทางคลินิกที่ดี และรายงานเบลมอนต์

This is to certify that the research project identified below has been successfully reviewed and granted  
an exemption on human research protection by the Ethics Committee in Human Research, National Institute of  
Development Administration, which is in full compliance with international guidelines of human research  
protection such as Declaration of Helsinki, CIOMS Guidelines, and the Belmont Report.

ชื่อโครงการ:	ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม ในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย: บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความ ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน
Project Title:	The Relationship between Organizational Innovation Climate and Innovative Work Behavior of Thai Commercial Bank Employees: The Mediating Role of Harmonious Work Passion
ผู้วิจัยหลัก:	นางสาวพิมพ์ลภัส มาแก้ว
Principal Investigator:	Miss Pimlapat Makaew
อาจารย์ที่ปรึกษา:	รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตกร นวกิจไพฑูริย์
Advisor:	Associate Professor Dr.Kritkorn Nawakitphaitoon
สังกัด:	คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
Affiliation:	Graduate School of Human Resource Development, National Institute of Development Administration

(ศาสตราจารย์ ดร.กัลยาณี สেনาสู)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์  
Chairperson of the Ethics Committee in Human Research,  
National Institute of Development Administration

วันที่รับรอง: 25 มกราคม 2565

Approval Date: January 25<sup>th</sup>, 2022

โครงการวิจัยนี้ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ แล้ว

หากผู้วิจัยต้องการปรับเปลี่ยนรายละเอียดบางส่วน of โครงการวิจัย ขอให้ผู้วิจัยแจ้งมายัง ศูนย์ประสานคณะกรรมการ  
จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ โดยกรอกแบบฟอร์ม “แบบขอปรับเปลี่ยนรายละเอียดโครงการวิจัยที่  
ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ แล้ว (Approved Protocol  
Amendment Request Form)” เพื่อขอรับการพิจารณารับรองก่อนเริ่มดำเนินการวิจัย เมื่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์  
พิจารณารับรองแล้ว จะมีหนังสือตอบรับแจ้งไปยังผู้วิจัย โดยระบุวันที่รับรอง ผู้วิจัยจึงสามารถเริ่มดำเนินการวิจัยต่อไปได้



This research project has been certified by the Ethics Committee in Human Research,  
National Institute of Development Administration.

If the principal investigator needs to amend some details of the research project, he/she has to inform the  
Center of the Ethics Committee in Human Research, National Institute of Development Administration (CECNIDA) by  
completing the Approved Protocol Amendment Request Form for ECNIDA consideration before carrying out the  
research project. After the amendment is reviewed, the acceptance letter with the approval date will be sent to  
the principal investigator. Then the research project can be continued.

ศูนย์ประสานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์  
148 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

Center of the Ethics Committee in Human Research, National Institute of Development Administration  
148 Serithai Road, Klong-Chan, Bangkapi, Bangkok THAILAND 10240  
Tel. (+66) 2-727-3313 Website: <http://ecnida.nida.ac.th/th/>  
E-mail: [ecnida@gmail.com](mailto:ecnida@gmail.com)



ที่ อว ๗๒๑๒/๘๐

คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์  
ถนนเสรีไทย คลองจั่น บางกะปิ กทม. ๑๐๒๔๐

๒๗ มกราคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขออนุญาตให้นักศึกษาทำการทดสอบแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้จัดการสายงานทรัพยากรบุคคล ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามงานวิจัย

ด้วย นางสาวพิมพ์ลภัส มาแก้ว รหัสประจำตัว ๖๓๑๐๖๑๑๐๐๒ นักศึกษาชั้นปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย : บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน” โดย ผศ.ดร.กฤตกร นวกิจไพฑูริย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

ในการนี้ คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จึงใคร่ขออนุญาตให้นักศึกษาทำการทดสอบแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จำนวน ๘๐ - ๑๐๐ คน โดยจะดำเนินการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ Google Form ตั้งแต่วันที่ ๑ - ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และรายงานผลการศึกษาในภาพรวม โดยมีได้ระบุถึงชื่อธนาคารและข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น และจะนำข้อมูลที่นำไปประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว ทั้งนี้ หากท่านประสงค์จะขอข้อมูลเพิ่มเติมโปรดติดต่อ นางสาวพิมพ์ลภัส มาแก้ว หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙-๔๗๑๔-๘๒๑๙๔

คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี จึงขอขอบคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

อภิพร อธิรัตน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดาวิชา ศรีธัญรัตน์)  
รักษาการแทนคณบดีคณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

สำนักงานเลขานุการ  
โทรศัพท์ ๐๒-๒๒๗๓๔๗๘  
โทรสาร ๐๒-๒๗๕๓๙๗๖



ที่ อว ๗๒๑๒/๗๙

คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์  
ถนนเสรีไทย คลองจั่น บางกะปิ กทม. ๑๐๒๔๐

๒๗ มกราคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขออนุญาตให้นักศึกษาทำการทดสอบแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน คุณวิวัส อัครนภาภาส  
ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหารสายงาน People Strategic Partner ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามงานวิจัย

ด้วย นางสาวพิมพ์ลภัส มาแก้ว รหัสประจำตัว ๖๓๑๐๖๑๑๐๐๒ นักศึกษาชั้นปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย : บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน” โดย ผศ.ดร.กฤตกร นวกิจไพฑูรย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

ในการนี้ คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จึงใคร่ขออนุญาตให้นักศึกษาทำการทดสอบแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จำนวน ๘๐ - ๑๐๐ คน โดยจะดำเนินการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ Google Form ตั้งแต่วันที่ ๑ - ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และรายงานผลการศึกษาในภาพรวม โดยมีได้ระบุถึงชื่อธนาคารและข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น และจะนำข้อมูลที่ไปประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว ทั้งนี้ หากท่านประสงค์จะขอข้อมูลเพิ่มเติมโปรดติดต่อ นางสาวพิมพ์ลภัส มาแก้ว หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙-๔๗๑๔-๘๒๙๔

คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี จึงขอขอบคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

อภิวิช ศรีธัญรัตน์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดาวิชา ศรีธัญรัตน์)  
รักษาการแทนคณบดีคณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

สำนักงานเลขานุการ  
โทรศัพท์ ๐๒-๗๒๗๓๔๗๘  
โทรสาร ๐๒-๓๗๕๓๙๗๖

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล พิมพ์ลภัส มาแก้ว  
ประวัติการศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต  
คณะมนุษยศาสตร์ สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
ปีที่สำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2562  
ประสบการณ์การทำงาน พ.ศ. 2562 – 2563  
ธนาคารไอซีบีซี (ไทย) จำกัด (มหาชน)  
พ.ศ. 2565  
บริษัทเอเชีย แปซิฟิค ปีโตรเคมีคอล จำกัด

