

การศึกษาความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมในวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล A Study of the Innovation Creativity Readiness of Mahidol University International Collage

วรรณพันธุ์ อ่อนแย้ม^{1*} และ มณฑิพัทธ์ เกตุกันทร¹
Wannapan Onyaem^{1*} and Monnapat Ketkuntorn¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยลักษณะองค์กร และปัจจัยพฤติกรรมของบุคลากรที่มีผลต่อความพร้อมขององค์กรและบุคลากรในการสร้างนวัตกรรม ศึกษาความพร้อมขององค์กรและบุคลากรในการสร้างนวัตกรรม และค้นหาแนวทางสนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมในองค์กร ใช้วิธีการวิจัยการเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ บุคลากรวิทยาลัยนานาชาติในระดับหัวหน้างาน หัวหน้าหน่วย ใช้การสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Anova) และ การวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า 1. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสังกัดงาน ปัจจัยลักษณะองค์กรด้านการบริหารกลยุทธ์ และด้านบรรยากาศขององค์กร มีผลต่อความพร้อมขององค์กรและบุคลากรในการสร้างนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์การทำงาน ปัจจัยลักษณะองค์กรด้านโครงสร้างองค์กร ด้านการบริหารและพัฒนาบุคลากร ด้านการสื่อสาร และ ปัจจัยพฤติกรรมของบุคลากรด้านพฤติกรรมการสำรวจความคิดเห็นเพื่อการสร้างนวัตกรรม ด้านพฤติกรรมการก่อเกิดความคิดด้านนวัตกรรม ด้านพฤติกรรมการทำให้เกิดการยอมรับความคิดด้านนวัตกรรม และด้านพฤติกรรมการนำความคิดลงสู่การปฏิบัติเพื่อสร้างนวัตกรรม ไม่มีผลต่อความพร้อมขององค์กรและบุคลากรในการสร้างนวัตกรรม 2. ความพร้อมของวิทยาลัยฯ เพื่อการสร้างนวัตกรรมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.45$) ความพร้อมของฝ่ายงาน ($\bar{X} = 1.85$) และความพร้อมโดยรวม ($\bar{X} = 2.19$) เพื่อการสร้างนวัตกรรมอยู่ในระดับน้อย 3. แนวทางการสนับสนุนการสร้างนวัตกรรม ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายการสร้างนวัตกรรมให้ชัดเจน ปรับโครงสร้างองค์กรโดยเพิ่มหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยเฉพาะ กำหนดให้ใช้เทคโนโลยีมาสนับสนุนการทำงานมากขึ้น จัดอบรมให้ความรู้เรื่องนวัตกรรมแก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ สร้างกิจกรรมเพื่อกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ เปิดโอกาสให้นำเสนอความคิดและดำเนินการเป็นทีมมากขึ้น

คำสำคัญ: ความพร้อม; การสร้างนวัตกรรม; นวัตกรรม

¹ ฝ่ายการวางแผนกลยุทธ์และพัฒนาคุณภาพ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล, นครปฐม 73170

¹ Strategic Planning and Quality Development Department, International College, Mahidol University

* Corresponding Author: e-mail: wannapan.onyaem@mahidol.edu

Abstract

This research aims to examine the personal factors, organizational factors, and personnel behavioral factors that influence the readiness of organizations and personnel to create innovation. It also assesses their readiness for innovation and explores ways to support innovation within organizations. A quantitative research methodology was adopted, focusing on personnel in chief and head positions at the Mahidol University International College, selected through purposive sampling. Data were collected using a structured questionnaire, and statistical analyses included percentage, mean, standard deviation, One-Way ANOVA, and multiple regression analysis.

The research results found that 1. Personal factors related to job affiliation, organizational characteristic factors related to strategic management, and organizational atmosphere have a statistically significant effect on organizational and personnel readiness for innovation at the 0.05 level. Personal factors related to work experience, organizational characteristic factors related to organizational structure, personnel management and development, communication, and personnel behavior factors related to exploratory behavior for innovation, ideation behavior for innovation, championing behavior for innovation, and implementation behavior for innovation do not have an effect on organizational and personnel readiness for innovation. 2. The college's readiness for innovation was at a moderate level ($\bar{X}=2.45$), with departmental readiness ($\bar{X}=1.85$) and overall readiness ($\bar{X}=2.19$) rated low. 3. Recommendations: To enhance innovation, the management should establish clear innovation policies, restructure the organization by creating dedicated innovation units, leverage technology to support work processes, provide regular innovation training for employees, organize activities to stimulate creativity, and foster teamwork and idea-sharing environments.

Keywords: Readiness; Innovation Creation; Innovation.

หลักการและเหตุผล

ในระยะเวลาที่ผ่านมาประเทศไทยต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาหน่วยงานให้ต้องปรับปรุงและพัฒนาการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ มีความทันสมัย สามารถแข่งขันกับองค์กรอื่น ๆ ได้ “นวัตกรรม” เป็นแนวคิดหนึ่งที่ถูกกล่าวในบริบทของการบริหารจัดการในยุคปัจจุบัน การนำนวัตกรรมเข้ามาใช้การพัฒนาองค์กรเป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญ เพราะในยุคสังคมที่มีการสื่อสารที่รวดเร็วเป็นสังคมที่ทุกคนมีทางเลือกในการใช้บริการมาก องค์กรจะต้องเป็นองค์กรสมรรถนะสูงที่นำเสนอสิ่งที่เหมาะสมให้ผู้รับบริการ การนำนวัตกรรมเข้ามามีส่วนในการดำเนินงาน การจัดการนวัตกรรมอย่างเหมาะสมจะเป็นปัจจัยที่ทำให้องค์กรแข็งแกร่ง สามารถสร้างผลผลิตงานคุณภาพออกมาอย่างต่อเนื่อง ทั้งในการพัฒนาองค์กร

โดยเน้นกระบวนการพัฒนาศักยภาพคนให้เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ และกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมของสมาชิกในองค์กรโดยใช้นวัตกรรมที่เป็นรูปแบบการจัดการมาเป็นตัวตั้งเพื่อวางแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสมทำให้สมาชิกองค์กรเป็นกลุ่มคนแห่งการเรียนรู้และนำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้หรือองค์กรสมรรถนะสูง (ปัญญา เลิศไกร และคณะ, 2562) นวัตกรรมเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ขับเคลื่อนการพัฒนาในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม หรือการศึกษา โดยนวัตกรรมสามารถนิยามได้ในหลายบริบท ขึ้นอยู่กับมุมมองและการนำไปใช้ของแต่ละองค์กรและบุคคลต่าง ๆ โดยนวัตกรรม หมายถึง ความคิด การปฏิบัติ วิธีการ อุปกรณ์หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อนหรือเป็นการพัฒนาดัดแปลงมาจากของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดีกว่าเดิม และทำให้เกิดประโยชน์ เมื่อนำนวัตกรรมมาใช้จะช่วยให้การทำงาน

นั้นได้ผลดีมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงกว่าเดิม อีกทั้งยังช่วยประหยัดเวลาและแรงงานได้ด้วย (วัชรารณ ประภาสะโนบล, 2564) เป็นการเปลี่ยนแปลงแนวคิดให้ใหม่ขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้เป้าหมายของระบบ ศูนย์นวัตกรรมเพื่อพัฒนาระบบข้าราชการไทย, [ก.พ.ร.], 2561) นวัตกรรมยังเป็นเรื่องใหม่ทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการที่เกิดจากการใช้ความรู้ ประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาขึ้น และก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม (ชูชาติ พวงสมจิตร, 2560) ดังนั้น นวัตกรรมจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรในการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะขององค์กร ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมองค์กรจากสิ่งที่ไม่เคยปรับเปลี่ยนมาก่อน เพื่อตอบสนองต่อการเพิ่มคุณค่า การพัฒนา การผลิตสินค้า และการบริการให้ได้ตามความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า ทำให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันและสามารถอยู่รอดแม้ว่าจะเกิดการเปลี่ยนแปลง (มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 2560) โดยสรุปนวัตกรรมเป็นกระบวนการหรือสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่จากการใช้ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ และความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งนำไปสู่ประโยชน์ทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม นวัตกรรมยังสามารถปรับใช้ในบริบทต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาและตอบสนองความต้องการของสังคมในยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งการนำสิ่งใหม่ทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการมาปรับประยุกต์ใช้ในการบริหาร การศึกษาเพื่อพัฒนาสมาชิกของสังคมให้มีความรู้ ความสามารถ บุคลิกภาพ เจตคติ พฤติกรรม ค่านิยม และคุณธรรมตามที่สังคมต้องการ เป็นความหมายขององค์กรนวัตกรรม (ชูชาติ พวงสมจิตร, 2560) องค์กรที่มีขีดความสามารถในการสร้างสรรค์ ปรับปรุง หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริหารกระบวนการหรือการบริหารจัดการให้ดีขึ้นโดยมีระบบต่าง ๆ ภายในองค์กรที่ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างนวัตกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า สร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กรอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนสามารถเป็นองค์กรนวัตกรรมได้ (วุฒิพงษ์ ภักดีเลลา, 2554 อ้างถึงใน จักรภัทรธัญ ไตรรัตน์ และ สิริธร สิ้นจินดาวงศ์, 2563) โดยองค์ประกอบขององค์กรนวัตกรรม ประกอบด้วย 1. วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และเป้าหมายด้านนวัตกรรมที่ชัดเจน 2. โครงสร้างองค์กรที่เอื้ออำนวยในการทำงานด้านนวัตกรรม 3. มี

ระบบที่ดีในเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การให้รางวัลและการยอมรับ การสื่อสาร การจัดการความรู้ และข้อมูลข่าวสาร ทรัพยากร การประเมิน และการลำเลียงความคิด 4. รูปแบบการบริหารจัดการของผู้นำที่ให้ความสำคัญกับนวัตกรรม 5. บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ 6. ทักษะขององค์กรในด้านเครือข่ายหรือพันธมิตร 7. มีวัฒนธรรมองค์กร และค่านิยมร่วมที่สนับสนุนการสร้างนวัตกรรม 8. การสร้างบรรยากาศเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรม (วัฒนชัย ศิริญาณ, 2560) องค์กรนวัตกรรมจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยการสนับสนุนและการพัฒนาจากปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรจากการที่มีนักวิชาการและนักวิจัยได้ให้นิยามปัจจัยและองค์ประกอบที่สำคัญที่ส่งผลต่อการเกิดองค์กรแห่งนวัตกรรม ผู้วิจัยจึงได้ทำการรวบรวมและสังเคราะห์องค์ประกอบได้ดังต่อไปนี้ได้แก่ 1. มีวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ที่ชัดเจนด้านนวัตกรรม การวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ที่เน้นการสร้างนวัตกรรม 2. ระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ เช่น การให้รางวัล การยอมรับ การสื่อสาร 3. การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสนับสนุนการสร้างนวัตกรรม 4. ระบบการประเมินผลและการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความคิดที่ดี 5. การมีโครงสร้างที่เอื้อต่อการทำงานด้านนวัตกรรม การมีโครงสร้างองค์กรที่ยืดหยุ่นและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของการสร้างนวัตกรรม 6. ผู้นำที่ผู้นำที่มีความมุ่งมั่นในนวัตกรรม และการพัฒนาองค์กร สนับสนุนการสร้างนวัตกรรม และสร้างแรงจูงใจ 7. การคัดเลือกและฝึกอบรมบุคลากรที่มีทักษะและความสามารถ 8. การสร้างพันธมิตรหรือเครือข่ายความร่วมมือที่หลากหลายที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรม 9. การส่งเสริมวัฒนธรรมที่สนับสนุนการสร้างนวัตกรรม 10. การสนับสนุนการทำงานเป็นทีมเพื่อสร้างนวัตกรรม 11. การสร้างทีมงานที่เน้นการทำงานร่วมกันเพื่อสร้างนวัตกรรม 12. ระบบการสื่อสารและการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพ 13. การสร้างบรรยากาศการทำงานที่สนับสนุนการสร้างนวัตกรรม 14. การส่งเสริมพนักงานให้มีความคิดสร้างสรรค์และการเรียนรู้ 15. ผู้บริหารต้องมีภาวะผู้นำที่เน้นการสร้างนวัตกรรม 16. การจัดระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรม 17. สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรมในองค์กร (ปิยะ ตันติเวทยานนท์, 2560; พยัต วุฒิรงค์, 2552; วชิร อ่อนอ้าย, 255; วัฒนชัย

ศิริญาณ, 2560; สิริภักตร์ ศิริโท, 2560; สุริศา ริมศิริ, 2562; อนุพงษ์ ชุมแวงวาปี, 2560)

สถาบันอุดมศึกษา เป็นหน่วยงานหนึ่งที่ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเพื่อที่จะประสบความสำเร็จและอยู่รอดท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของโลกได้ซึ่งต้องขึ้นอยู่กับการมีความคิดสร้างสรรค์ การค้นพบสิ่งใหม่ ๆ และการสร้างนวัตกรรม การปรับจากองค์กรแบบดั้งเดิมที่เน้นการสั่งการจากบนลงล่าง ผู้บังคับบัญชาเป็นผู้ควบคุมสั่งการ และวางแผนการทำงานทั้งหมด ซึ่งองค์กรต้องเปลี่ยนลักษณะองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมการศึกษา (องค์การประจักษ์, 2557) วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นสถาบันการศึกษาในกำกับของรัฐที่ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการสร้างนวัตกรรมเพื่อให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขัน วิทยาลัยฯ จึงได้กำหนดวิสัยทัศน์ในปี 2566-2570 ว่า “MUIC สร้างแรงบันดาลใจให้เกิดนวัตกรรม ส่งเสริมพหุศักยภาพของมนุษย์ และสร้างองค์ความรู้ใหม่ผ่านการผสมผสานระหว่างศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ ในสภาพแวดล้อมที่เป็นนานาชาติซึ่งท้ายที่สุดจะส่งผลให้เกิดการศึกษา การวิจัย และการบริการที่ตอบสนองความต้องการของสังคมและเป็นประโยชน์ต่อมนุษยชาติ” จากวิสัยทัศน์ทำให้เห็นว่าวิทยาลัยฯ ให้ความสำคัญในด้านการสร้างนวัตกรรมทั้งด้านการเรียนการสอนและด้านการดำเนินงานเป็นหลัก แต่วิทยาลัยฯ ยังไม่เคยมีการสำรวจความพร้อมในการสร้างนวัตกรรม ซึ่งการสำรวจดังกล่าวจะทำให้ทราบว่าปัจจุบันวิทยาลัยฯ มีสิ่งสนับสนุนในการสร้างนวัตกรรมหรือไม่อย่างไร เพียงพอจนสามารถสร้างนวัตกรรมองค์กรหรือไม่ หรือควร

ส่งเสริมสนับสนุนหรือปรับปรุงอย่างไรเพื่อที่จะทำให้เกิดนวัตกรรมในวิทยาลัยนานาชาติ

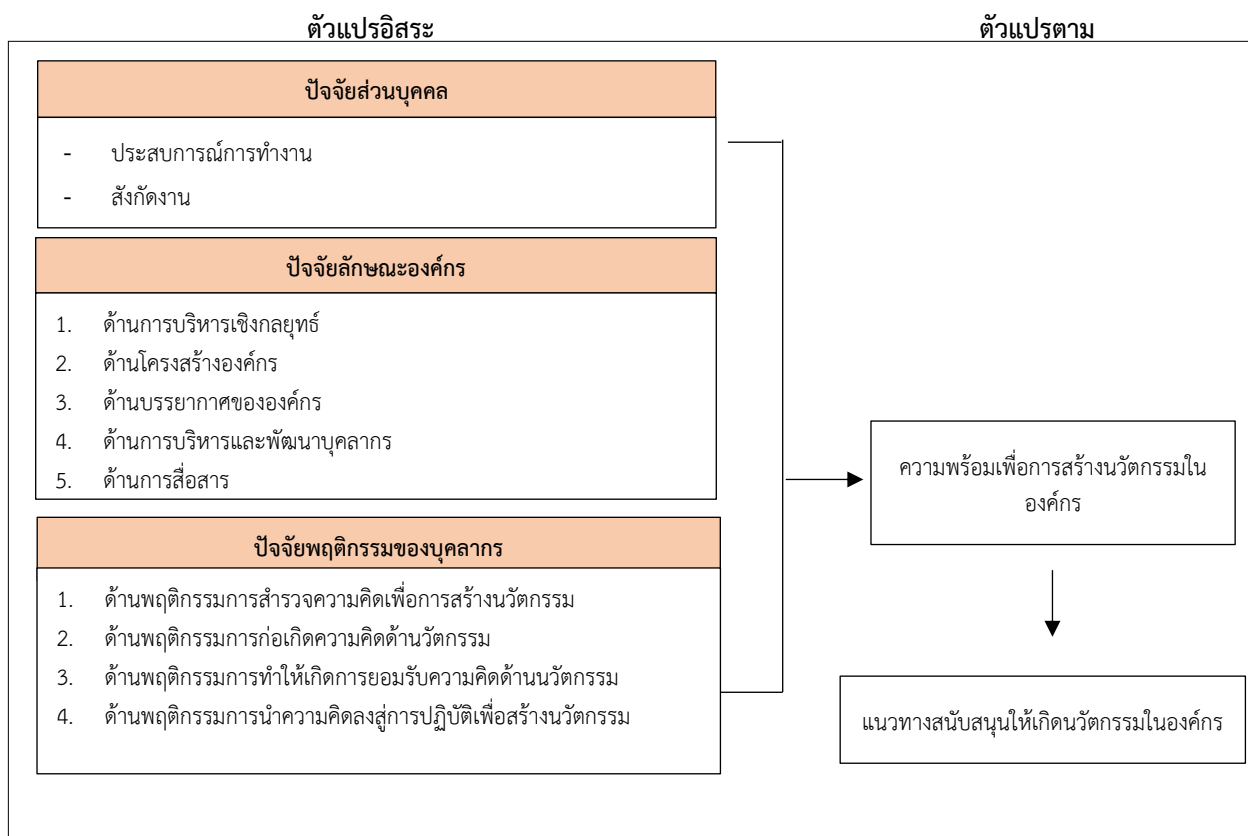
ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมในวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อจะได้ทราบถึงสภาพขององค์กรปัจจุบัน ปัจจัยลักษณะองค์กร และปัจจัยพฤติกรรมของบุคลากรใดบ้างที่ผลต่อความพร้อมขององค์กรและบุคลากรในการสร้างนวัตกรรม พร้อมทั้งหาแนวทางในการสนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมในวิทยาลัยฯ ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้องค์กรบรรลุวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ มุ่งสู่การเป็นสถาบันการศึกษาที่มีสมรรถนะสูงต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยลักษณะองค์กร และปัจจัยพฤติกรรมของบุคลากรที่มีผลต่อความพร้อมขององค์กรและบุคลากรในการสร้างนวัตกรรม
2. เพื่อศึกษาความพร้อมขององค์กรและบุคลากรในการสร้างนวัตกรรม
3. เพื่อค้นหาแนวทางสนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมในองค์กร

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาและการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ศึกษาเกี่ยวกับความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรม แสดงเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังแผนรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการศึกษา

1. ประชากรในการศึกษา คือ บุคลากรวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล ระดับหัวหน้างานและหัวหน้าหน่วย จำนวน 52 คน โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีของ Aaker, Kumar และ Day (2001) ในการหาขนาดตัวอย่างจากสัดส่วนประชากรที่ระดับความเชื่อมั่น 95% กลุ่มตัวอย่างในระดับที่ยอมรับได้ ตามทฤษฎีกำหนดไว้อย่างน้อยในอัตราร้อยละ 20 ของกลุ่มประชากร คำนวณกลุ่มตัวอย่างได้ 10 ชุด ผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างไว้ที่ 26 ชุด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามเรื่องความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมในวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล 2) ข้อมูลการสำรวจความพร้อมขององค์กรเพื่อสร้างนวัตกรรม 3) ข้อมูลการสำรวจความพร้อมของบุคลากรเพื่อสร้างนวัตกรรม และ 4) ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเพิ่มเติมทำการทดสอบความเที่ยง (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha

Coefficient) พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.940 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.70 ขึ้นไป จึงจะมีความเหมาะสม (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ดังนั้นผู้วิจัยสามารถนำแบบสอบถามชุดนี้ไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริงได้

3. หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามได้ครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางด้านสถิติ โดยสามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

3.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลในการบรรยายลักษณะกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

3.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ประสบการณ์การทำงาน และสังกัดงาน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐานหาค่าร้อยละ และแจกแจงความถี่

3.1.2 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยลักษณะองค์กร ความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมในองค์กร และ ปัจจัยพฤติกรรมของบุคลากร วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐานหาค่าเฉลี่ย และการหา

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งเป็นการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) มีดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง อยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง อยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.2 สถิติเชิงอนุมาน เป็นสถิติที่ใช้เพื่อการเปรียบเทียบ โดยใช้การทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Anova) และการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ ซึ่งเป็นการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

3.3 นอกจากนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยนำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในแบบสอบถามส่วนที่ 4 เกี่ยวกับแนวทางสนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมในองค์กร มาทำการวิเคราะห์เพื่อเป็นการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 งานวิจัยนี้ได้ผ่านการขอการรับรองจริยธรรมวิจัยในคนจากสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดลแล้ว (COA. No. 2023/01-007)

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยลักษณะองค์กร และปัจจัยพฤติกรรมของบุคลากรที่มีผลต่อความพร้อมขององค์กรและบุคลากรในการสร้างนวัตกรรม

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

	จำนวน	ร้อยละ
ประสบการณ์การทำงาน		
น้อยกว่า 1 ปี	1	3.8
1 ปี – 5 ปี	4	15.4
6 ปี – 10 ปี	3	11.5
11 ปี – 15 ปี	8	30.8
มากกว่า 15 ปี	9	34.6
ไม่ตอบแบบสอบถาม	1	3.8
สังกัดงาน		
ฝ่ายการศึกษา	7	26.9
ฝ่ายวิจัยและการบริการวิชาการ	2	7.7
ฝ่ายการคลังและทรัพยากรบุคคล	2	7.7
ฝ่ายสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน	5	19.2
ฝ่ายสื่อสารองค์กรและสารสนเทศ	4	15.4
ฝ่ายกิจการนักศึกษา	2	7.7
ฝ่ายการวางแผนกลยุทธ์และพัฒนาคุณภาพ	2	7.7
ศูนย์เตรียมความพร้อมภาษาและคณิตศาสตร์	2	7.7

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 26 คน ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 15 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 34.6 และมีประสบการณ์การทำงาน 11 ปี-15 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมา มีประสบการณ์การทำงาน 1 ปี – 5 ปี จำนวน 4 คน คิด

เป็นร้อยละ 15.4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สังกัดงานฝ่ายการศึกษา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 รองลงมาสังกัดงานฝ่ายสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 ฝ่ายสื่อสารองค์กรและสารสนเทศ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4

ตารางที่ 2 แสดงค่าระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยลักษณะขององค์กรเพื่อการสร้างนวัตกรรม

	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลความ
ด้านการบริหารกลยุทธ์	3.71	0.5129	มาก
ด้านโครงสร้างองค์กร	3.31	0.8299	ปานกลาง
ด้านบรรยากาศขององค์กร	3.82	0.6570	มาก
ด้านการบริหารและพัฒนาบุคลากร	3.02	0.8145	ปานกลาง
ด้านการสื่อสาร	3.42	0.7659	ปานกลาง
ปัจจัยลักษณะองค์กรโดยรวม	3.46	0.5901	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าปัจจัยลักษณะองค์กรเพื่อสร้างนวัตกรรมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยมีลักษณะขององค์กรด้านบรรยากาศขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 3.82) ด้านการบริหารกลยุทธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.71) เพื่อสร้างนวัตกรรมอยู่ในระดับ

มาก ส่วนปัจจัยลักษณะขององค์กรด้านการสื่อสาร (ค่าเฉลี่ย 3.42) ด้านโครงสร้างองค์กร (ค่าเฉลี่ย 3.31) และด้านการบริหารและพัฒนาบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.02) เพื่อการสร้างนวัตกรรมมีอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 3 แสดงค่าระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมของบุคลากรเพื่อการสร้างนวัตกรรม

	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลความ
ด้านพฤติกรรมการสำรวจความคิดเห็นเพื่อการสร้างนวัตกรรม	3.78	0.4760	มาก
ด้านพฤติกรรมการก่อให้เกิดความคิดด้านนวัตกรรม	3.62	0.5302	มาก
ด้านพฤติกรรมการทำให้เกิดการยอมรับความคิดเห็นด้านนวัตกรรม	3.11	0.5667	ปานกลาง
ด้านพฤติกรรมการนำความคิดลงสู่การปฏิบัติเพื่อสร้างนวัตกรรม	3.22	0.6055	ปานกลาง
พฤติกรรมของบุคลากรโดยรวม	3.43	0.5041	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าบุคลากรของวิทยาลัยฯ มีพฤติกรรมเพื่อการสร้างนวัตกรรมโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) โดยมีพฤติกรรมการสำรวจความคิดเห็นเพื่อการสร้างนวัตกรรม (ค่าเฉลี่ย 3.78) พฤติกรรมการก่อให้เกิดความคิดด้านนวัตกรรม (ค่าเฉลี่ย 3.62) อยู่ในระดับมาก ส่วนพฤติกรรมการนำความคิดลงสู่การปฏิบัติเพื่อสร้างนวัตกรรม (ค่าเฉลี่ย 3.22) และพฤติกรรมการทำให้เกิดการยอมรับความคิดเห็นด้านนวัตกรรม (ค่าเฉลี่ย 3.11) อยู่ในระดับปานกลาง

ผลการวิจัยตัวแปรที่ส่งผลต่อความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมในองค์กร

ผลการวิเคราะห์หัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยลักษณะองค์กร และปัจจัยพฤติกรรม

ของบุคลากรที่มีผลต่อความพร้อมขององค์กรและบุคลากรในการสร้างนวัตกรรม พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสังกัดงาน ปัจจัยลักษณะองค์กรด้านการบริหารกลยุทธ์ และด้านบรรยากาศขององค์กร มีผลต่อความพร้อมขององค์กรและบุคลากรในการสร้างนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์การทำงาน ปัจจัยลักษณะองค์กรด้านโครงสร้างองค์กร ด้านการบริหารและพัฒนาบุคลากร ด้านการสื่อสาร และ ปัจจัยพฤติกรรมของบุคลากรด้านพฤติกรรมการสำรวจความคิดเห็นเพื่อการสร้างนวัตกรรม ด้านพฤติกรรมการก่อให้เกิดความคิดด้านนวัตกรรม ด้านพฤติกรรมการทำให้เกิดการยอมรับความคิดเห็นด้านนวัตกรรม และ ด้านพฤติกรรมการนำความคิดลงสู่การปฏิบัติเพื่อสร้างนวัตกรรม ไม่มีผลต่อความพร้อมขององค์กรและบุคลากรในการสร้างนวัตกรรม ดังตารางที่ 4 – 7

ตารางที่ 4 ผลการวิจัยตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมในองค์กร

	F	Sig	แปลความ
ประสบการณ์การทำงาน	1.858	0.157	ไม่ส่งผล
สังกัดงาน	5.208	0.002*	ส่งผล

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิจัยตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์การทำงาน ไม่ส่งผลต่อความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมในองค์กร แต่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสังกัดงานส่งผลต่อ

ความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมในองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงการเปรียบเทียบสังกัดงานเพื่อส่งผลต่อความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมในองค์กร จำแนกตามสังกัดเป็นรายคู่

สังกัด	ฝ่ายการศึกษา	ฝ่ายวิจัยฯ	ฝ่ายการคลังฯ	ฝ่ายสิ่งแวดล้อมฯ	ฝ่ายสื่อสารองค์กรฯ	ฝ่ายกิจการนักศึกษา	ฝ่ายการวางแผนฯ	ศูนย์เตรียมความพร้อมฯ
	2.64	2.00	1.50	1.50	3.75	1.50	1.50	2.19
ฝ่ายการศึกษา	2.64	-	0.642	1.142	1.142*	-1.107*	1.142	1.142
ฝ่ายวิจัยและการบริการวิชาการ	2.00		-	0.500	0.500	-1.750*	0.500	0.500
ฝ่ายการคลังและทรัพยากรบุคคล	1.50			-	-1.107*	-2.250*	0.000	0.000
ฝ่ายสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน	1.50				-	-2.250*	2.250	0.000
ฝ่ายสื่อสารองค์กรและสารสนเทศ	3.75					-	2.2500*	2.2500*
ฝ่ายกิจการนักศึกษา	1.50						-	0.000
ฝ่ายการวางแผนฯ	1.50							-
ศูนย์เตรียมความพร้อมภาษาและคณิตศาสตร์	2.19							

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า ฝ่ายสื่อสารองค์กรและสารสนเทศมีความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมในองค์กรมากกว่า ฝ่ายการศึกษา ฝ่ายการวิจัยและการบริการวิชาการ ฝ่ายการคลังและทรัพยากรบุคคล ฝ่าย

สิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ฝ่ายกิจการนักศึกษา ฝ่ายการวางแผนกลยุทธ์และพัฒนาคุณภาพ และศูนย์เตรียมความพร้อมภาษาและคณิตศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณลักษณะองค์กรที่ส่งผลต่อความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรม

ตารางที่ 6 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณปัจจัยลักษณะองค์กรที่ส่งผลต่อความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมในองค์กร

ตัวแปร	B	β	SE_b	t	Sig.
(Constant)	1.496		1.299	1.151	0.263
ด้านการบริหารกลยุทธ์	-1.462	-0.735	0.480	-3.048	0.006*
ด้านโครงสร้างองค์กร	0.958	0.502	0.502	1.909	0.071
ด้านบรรยากาศขององค์กร	0.997	0.642	0.310	3.219	0.004*
ด้านการบริหารและพัฒนาบุคลากร	-0.631	-0.504	0.375	-1.681	0.108
ด้านการสื่อสาร	0.308	0.231	0.546	0.563	0.579
R=0.680 R Square = 0.746 R Square Adjusted (R^2) =0.557 F-statistics =5.023 Sig. =0.004					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 ผลการวิจัยปัจจัยลักษณะองค์กร พบว่า ปัจจัยลักษณะองค์กรด้านการบริหารกลยุทธ์ และด้านบรรยากาศขององค์กรส่งผลต่อความ

พร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถทำนายการส่งผลกระทบต่อความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมได้ร้อยละ 55.70

ตารางที่ 7 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณปัจจัยพฤติกรรมของบุคลากรส่งผลต่อความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมในองค์กร

ตัวแปร	B	β	SE_b	t	Sig.
(Constant)	-1.338		1.719	-0.778	0.445
ด้านพฤติกรรมการสำรวจความคิดเพื่อการสร้างนวัตกรรม	0.398	0.186	0.837	0.476	0.639
ด้านพฤติกรรมการก่อให้เกิดความคิดด้านนวัตกรรม	-0.011	-0.006	0.962	-0.012	0.991
ด้านพฤติกรรมการทำให้เกิดการยอมรับความคิดด้านนวัตกรรม	0.218	0.121	0.679	0.321	0.752
ด้านพฤติกรรมการนำความคิดลงสู่การปฏิบัติเพื่อสร้างนวัตกรรม	0.431	0.256	0.568	0.759	0.456
R=0.467 R Square = 0.069 R Square Adjusted (R^2) =0.218 F-statistics =1.462 Sig. =0.249					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 ผลการวิจัยปัจจัยพฤติกรรมของบุคลากร พบว่า พฤติกรรมของบุคลากรด้านพฤติกรรมการสำรวจความคิดเพื่อการสร้างนวัตกรรม ด้านพฤติกรรมการก่อให้เกิดความคิดด้านนวัตกรรม ด้านพฤติกรรมการทำให้เกิดการยอมรับความคิดด้านนวัตกรรม และด้านพฤติกรรมการนำความคิดลงสู่การปฏิบัติเพื่อสร้างนวัตกรรม ไม่ส่งผลกระทบต่อความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมในองค์กร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาความพร้อมขององค์กรและบุคลากรในการสร้างนวัตกรรม

ผลการวิเคราะห์หัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความพร้อมขององค์กรและบุคลากรในการสร้างนวัตกรรม พบว่า ความพร้อมของวิทยาลัยฯ เพื่อการสร้างนวัตกรรมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.54) ความพร้อมของฝ่ายงานเพื่อการสร้างนวัตกรรมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.85) และความพร้อมโดยรวมเพื่อการสร้างนวัตกรรมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.19) ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ระดับความพร้อมของวิทยาลัยฯ และฝ่ายงานด้านการสร้างนวัตกรรม

	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลความ
ความพร้อมของวิทยาลัยฯ	2.54	0.989	ปานกลาง
ความพร้อมของฝ่ายงาน	1.85	1.120	น้อย
ความพร้อมโดยรวม	2.19	1.020	น้อย

ตอนที่ 3 แนวทางสนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมในองค์กร
ผลการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อค้นหาแนวทางสนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมในองค์กรสามารถสรุปความคิดเห็นในการสร้างนวัตกรรมในการทำงาน ได้ดังต่อไปนี้

1. ความคิดเห็นในการสร้างนวัตกรรมในการทำงาน

ผู้บังคับบัญชาเปิดกว้างในการปรับแนวทางการทำงาน ดำเนินการโดยการระดมความคิด และช่วยกันค้นหาและคิดสิ่งใหม่ ๆ วัยและประสบการณ์การทำงานของแต่ละคนที่ใกล้เคียงกันสามารถสร้างนวัตกรรมในการทำงานของฝ่ายงานได้ สร้างการเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ ๆ ตลอดเวลา ใช้เทคโนโลยีมาสนับสนุนการทำงานมากขึ้น หรือสร้างเป็นนวัตกรรมที่ประยุกต์ใช้ในการทำงาน และสร้างนวัตกรรมที่สนับสนุนในการให้บริการได้ จัดซื้อจัดจ้างเกี่ยวกับการพัฒนาที่ต้องได้รับความร่วมมือจาก IT ที่ต้องใช้เวลาศึกษา ประเมิน และความเป็นไปได้

2. ความคิดเห็นในการสนับสนุนของวิทยาลัยฯ เพื่อสร้างนวัตกรรมในการทำงาน

ผู้บริหารกำหนดนโยบายที่มีแนวทางสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมให้ชัดเจน ปรับโครงสร้างองค์กรโดยเพิ่มหน่วยงานเฉพาะด้านนวัตกรรม เปิดโอกาสให้มีการปฏิบัติงานข้ามสายงานได้ สนับสนุนในเรื่องการบริหารจัดการหรือเครื่องมือ จัดอบรมให้ความรู้เรื่องนวัตกรรมแก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ ชี้ให้เห็นถึงสิ่งที่จะได้เมื่อมีนวัตกรรม วิธีการได้มาซึ่งนวัตกรรมโดยวางความรู้เก่าเปิดใจยอมรับความรู้ใหม่ ๆ สร้างกิจกรรมเพื่อกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ เปิดโอกาสให้นำเสนอความคิด และจัดกลุ่ม Talent จัด Campaign สนับสนุนและให้ดำเนินการเป็นทีม ส่งเสริมให้พนักงานเข้าร่วมงานมหกรรมคุณภาพที่มหาวิทยาลัยจัดขึ้น ในส่วนของการวิจัยต้องให้สนับสนุนโปรแกรมที่นำข้อมูลมาใช้ได้จริง และมีบุคลากรที่พัฒนาระบบ เนื่องจากฐานข้อมูลวิจัยนำไปใช้หลายด้าน ทั้งด้านการนำไปเป็นข้อมูล

คุณภาพต่าง ๆ ข้อมูลการประเมินผลปฏิบัติงานของอาจารย์

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง การศึกษาความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมในวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล มีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

1. จากผลการวิจัย พบว่าฝ่ายสื่อสารองค์กรและสารสนเทศมีความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมในองค์กรมากกว่าฝ่ายการศึกษา ฝ่ายการวิจัยและการบริการวิชาการ ฝ่ายการคลังและทรัพยากรบุคคล ฝ่ายสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ฝ่ายกิจการนักศึกษา ฝ่ายการวางแผนกลยุทธ์และพัฒนาคุณภาพและศูนย์เตรียมความพร้อมภาษาและคณิตศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากฝ่ายสื่อสารองค์กรและสารสนเทศ ทำหน้าที่ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์แก่บุคลากรทั้งภายนอกและภายในวิทยาลัยฯ และทำหน้าที่เกี่ยวกับระบบสารสนเทศที่ต้องใช้ความคิด การพัฒนา การออกแบบ และการผลิตโปรแกรม เพื่อการทำงานและด้านการศึกษา จึงทำให้ใช้ความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและสังคม โดยมีสภาพแวดล้อมขององค์กรที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม ได้แก่ เครื่องมือและอุปกรณ์โปรแกรมในการทำงานที่ทันสมัย สอดคล้องกับแนวคิดของสมหมาย ทองมี (2552) ที่กล่าวว่านวัตกรรม คือ ผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการใหม่ การจัดการแบบใหม่ หรือสิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งช่วยสร้างให้องค์กรมีความแตกต่างเพื่อจะได้เปรียบทางการแข่งขัน และสอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบของศศิประภา ชัยประสิทธิ์ (2553) ที่ให้ความสำคัญกับเรื่องของเครื่องมือและเทคโนโลยี อาคารสถานที่ ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ ที่ส่งผลต่อความเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม

2. จากผลการวิจัย พบว่าวิทยาลัยฯ มีลักษณะองค์กรด้านบรรยากาศองค์กร และด้านการบริหารกลยุทธ์เพื่อการสร้างนวัตกรรมขององค์กรอยู่ในระดับมาก โดยวิทยาลัยฯ มีวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และเป้าหมายด้านนวัตกรรมที่ชัดเจน เอื้ออำนวยในการทำงานด้านนวัตกรรม บรรยากาศการทำงานที่สนับสนุนการสร้างสรรค่นวัตกรรมเชิงพฤติกรรมที่พนักงานทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วม มีสภาพแวดล้อมขององค์กรที่เอื้อต่อการเรียนรู้และการสร้างสรรค์นวัตกรรม ได้แก่ การจัดองค์กรที่มีความยืดหยุ่น การปรับการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์แต่ละกลยุทธ์องค์กร สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะขององค์กรนวัตกรรมของวูฒิพงษ์ ภักดีเหล่า (2554) และพัต วุฒิรงค์ (2552) กล่าวว่าลักษณะขององค์กรด้านบรรยากาศองค์กร และด้านการบริหารกลยุทธ์ส่งผลต่อความพร้อมในการสร้างนวัตกรรมของวิทยาลัยฯ สอดคล้องกับงานวิจัยของวอน อ่อนอัย (2558) เรื่องรูปแบบการพัฒนาโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม พบว่าองค์ประกอบสำคัญของการพัฒนาโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม ได้แก่ การสร้างกลยุทธ์เชิงนวัตกรรม และการสร้างวัฒนธรรมองค์การและบรรยากาศที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรม

3. จากผลการวิจัย พบว่าวิทยาลัยฯ มีความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมของฝ่ายงาน และความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมโดยรวมของวิทยาลัยฯ อยู่ในระดับน้อย วิทยาลัยฯ จึงควรทบทวนปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- ปัจจัยลักษณะขององค์กรด้านโครงสร้างองค์กรที่ผลการวิจัยพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ทบทวนโครงสร้างองค์กรของวิทยาลัยฯ ให้เอื้อต่อการบริหารจัดการนวัตกรรม เอื้อให้เกิดการพัฒนาความสามารถในการแสวงหาความรู้ที่นำไปสู่การสร้างนวัตกรรมมากขึ้น และมีระบบงานที่สนับสนุนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรมากขึ้น

- ปัจจัยการบริหารและพัฒนาบุคลากรที่ผลการวิจัยพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยวิทยาลัยฯ ควรมีการคัดเลือกบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาบุคลากรให้มีทักษะที่ทันสมัยและทักษะเชิงสร้างสรรค์ มีระบบการกระตุ้นให้บุคลากรเกิดความคิดสร้างสรรค์ การกล้าเผชิญความเสี่ยง การยอมให้ความ

ผิดพลาดและความขัดแย้งเกิดขึ้นได้โดยใช้เป็นโอกาสในการเรียนรู้

4. ผลการวิจัยพบว่าแนวทางเพื่อการสร้างนวัตกรรม ผู้บริหารกำหนดนโยบาย และแนวทางการสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมให้ชัดเจน ปรับโครงสร้างองค์กรโดยเพิ่มหน่วยงานเฉพาะด้านนวัตกรรมเปิดโอกาสให้มีการปฏิบัติงานข้ามสายงานได้ ผู้บังคับบัญชาควรเปิดกว้างในการปรับแนวทางการทำงาน ใช้เทคโนโลยีมาสนับสนุนการทำงานมากขึ้นโดยสนับสนุนในเรื่องการบริหารจัดการหรือเครื่องมือ ดำเนินการโดยการระดมความคิดและช่วยกันค้นหาและคิดสิ่งใหม่ ๆ สร้างการเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ ๆ ตลอดเวลา หรือสร้างเป็นนวัตกรรมที่ประยุกต์ใช้ในการทำงาน และสร้างนวัตกรรมที่สนับสนุนในการให้บริการได้ จัดข้อจำกัดเกี่ยวกับการพัฒนาที่ต้องได้รับความร่วมมือจาก IT จัดอบรมให้ความรู้ เรื่องนวัตกรรมแก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ ชี้ให้เห็นถึงสิ่งที่จะได้เมื่อมีนวัตกรรม วิธีการได้มาซึ่งนวัตกรรมวางความรู้เก่าเปิดใจยอมรับความรู้ใหม่ ๆ สร้างกิจกรรมเพื่อกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ เปิดโอกาสให้นำเสนอความคิด และจัดกลุ่ม Talent จัด Campaign สนับสนุนและให้ดำเนินการเป็นทีม ส่งเสริมให้พนักงานเข้าร่วมงานมหกรรมคุณภาพที่มหาวิทยาลัยจัดขึ้น ในส่วนของกาวิจัยต้องการให้สนับสนุนโปรแกรมที่นำข้อมูลมาใช้ได้จริงและบุคลากรที่พัฒนาระบบ เนื่องจากฐานข้อมูลวิจัยนำไปใช้หลายด้าน

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 26 คน ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.6 และมีประสบการณ์การทำงาน 11 ปี -15 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมา มีประสบการณ์การทำงาน 1 ปี – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.4 ส่วนใหญ่สังกัดงานฝ่ายการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 26.9 รองลงมาสังกัดงานฝ่ายสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน คิดเป็นร้อยละ 19.2 และสังกัดงานฝ่ายสื่อสารองค์กรและสารสนเทศ คิดเป็นร้อยละ 15.4

กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าปัจจัยลักษณะองค์กรโดยรวมเพื่อสร้างนวัตกรรมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.46 โดยมีปัจจัยลักษณะขององค์กรด้านบรรยากาศขององค์กร และด้านการบริหารกลยุทธ์ อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยลักษณะขององค์กรด้านสื่อสาร ด้านโครงสร้างองค์กร และด้านการบริหารและ

พัฒนาบุคลากรเพื่อการสร้างนวัตกรรมมีอยู่ในระดับปานกลาง พฤติกรรมของบุคลากรเพื่อการสร้างนวัตกรรมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.43 โดยมีพฤติกรรมการสำรวจความคิดเห็นเพื่อการสร้างนวัตกรรม พฤติกรรมการก่อเกิดความคิดด้านนวัตกรรมอยู่ในระดับมาก ส่วนพฤติกรรมการทำให้เกิดการยอมรับความคิดเห็นด้านนวัตกรรมและพฤติกรรมการนำความคิดลงสู่การปฏิบัติเพื่อสร้างนวัตกรรมเป็นพฤติกรรมของบุคลากรเพื่อการสร้างนวัตกรรมอยู่ในระดับปานกลาง

ประสบการณ์การทำงานไม่ส่งผลต่อความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมในองค์กร แต่สังกัดงานส่งผลต่อความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมในองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยฝ่ายสื่อสารองค์กรและสารสนเทศมีความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมในองค์กรมากกว่า ฝ่ายการศึกษา ฝ่ายการวิจัยและการบริการวิชาการ ฝ่ายการคลังและทรัพยากรบุคคล ฝ่ายสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ฝ่ายกิจการนักศึกษา ฝ่ายการวางแผนกลยุทธ์และพัฒนาคุณภาพ และศูนย์เตรียมความพร้อมภาษาและคณิตศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีลักษณะองค์กรด้านการบริหารกลยุทธ์ และด้านบรรยากาศขององค์กรส่งผลต่อความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนพฤติกรรมการสำรวจความคิดเห็นเพื่อการสร้างนวัตกรรม พฤติกรรมการก่อเกิดความคิดด้านนวัตกรรม พฤติกรรมการทำให้เกิดการยอมรับความคิดเห็นด้านนวัตกรรม และพฤติกรรมการนำความคิดลงสู่การปฏิบัติเพื่อสร้างนวัตกรรมไม่ส่งผลต่อความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมในองค์กร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความพร้อมของวิทยาลัยฯ เพื่อการสร้างนวัตกรรมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.54 ความพร้อมของฝ่ายงานเพื่อการสร้างนวัตกรรมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 1.85 และความพร้อมโดยรวมเพื่อการสร้างนวัตกรรมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.19

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยลักษณะขององค์กรเพื่อการสร้างนวัตกรรมด้านการบริหารและพัฒนาบุคลากรเพื่อการสร้างนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยน้อย

ที่สุด ดังนั้น หน่วยงานควรที่จะมีการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมให้ชัดเจน ตลอดจนงบประมาณสนับสนุนที่เหมาะสม เปิดโอกาสให้บุคลากรสามารถเข้าถึงการผลิต พัฒนา สร้างสรรค์นวัตกรรมได้

2. พฤติกรรมของบุคลากรเพื่อการสร้างนวัตกรรมด้านพฤติกรรมการทำให้เกิดการยอมรับความคิดเห็นด้านนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น หน่วยงานควรที่จะมีการสร้างบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งเสริมและสนับสนุนบุคลากรให้มีการยอมรับและนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น

3. จากผลการศึกษาพบว่าความพร้อมของวิทยาลัยฯ เพื่อการสร้างนวัตกรรมอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น วิทยาลัยฯ ควรมีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมให้บุคลากรเห็นถึงความสำคัญของนวัตกรรม ตลอดจนควรมีการสร้างการมีส่วนร่วมในการคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาโดยใช้ประชากรทั้งหมดที่เป็นบุคลากรสายวิชาการและบุคลากรสายสนับสนุนที่ไม่มีตำแหน่งงาน เพื่อให้ได้ข้อมูลความพร้อมเพื่อการสร้างนวัตกรรมเพิ่มมากขึ้น โดยอาจศึกษาโดยใช้วิธีสังเกตพฤติกรรมที่ตรงกับลักษณะในการสร้างนวัตกรรม สรุปเป็นแนวทางในการสร้างความพร้อมสำหรับสร้างนวัตกรรม

2. ควรใช้วิธีเก็บข้อมูลด้วยวิธีอื่นประกอบด้วย เช่น การสัมภาษณ์ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการสร้างความพร้อมสำหรับสร้างนวัตกรรมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

จักภัทสรณ์ย์ ไตรรัตน์ และ สิริณธร สินจินดาวงศ์.

(2563, 13 สิงหาคม). *การพัฒนาสถานศึกษาสู่องค์กรนวัตกรรม กรณีศึกษา: โรงเรียนในสหวิทยาเขตวิภาวดี* [เอกสารนำเสนองานวิจัย].

การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 15, มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี, ประเทศไทย.

ชูชาติ พวงสมจิตร. (2560). *แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม การบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ*. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 10). สุวีริยาสาส์น .
- ปัญญา เลิศไกร, นิลรัตน์ นวกิจไพฑูรย์, ลัญจกร นิลกาญจน์, และ กฤตพร แซ่แก่ สายจันทร์. (2562). การจัดการนวัตกรรมการพัฒนาองค์กร. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศ*, 6(8), 3745-3757.
- ปิยะ ตันติเวทยานนท์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม กรณีศึกษา: บริษัท ซุปเปอร์ริช อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็กซ์เชนจ์ 1965 จำกัด. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*, 9(2), 102-111.
- พยัต วุฒิรงค์. (2552). ผลกระทบจากมุมมองด้านทรัพยากรและองค์การแห่งการเรียนรู้ต่อความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมขององค์กรที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย [วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต รัฐประศาสนศาสตร์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์].
- มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. (2560). *นวัตกรรม*. <https://sci.dru.ac.th/sci.dru/>
- วชิณ อ่อนอ้าย. (2558). *รูปแบบการพัฒนาโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม* [วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร].
- วัชรภรณ์ ประภาสะโนบล. (2564). *รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษาครู โดยใช้โครงงานเป็นฐานร่วมกับการสอนแบบสร้างสรรค์ เพื่อเสริมสร้าง ความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมของนักเรียน*. [วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร].
- วัฒนชัย ศิริญาณ. (2560). *รูปแบบที่ส่งเสริมให้เกิดองค์กรแห่งนวัตกรรมของมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ* [วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม].
- วุฒิพงษ์ ภักดีเหล่า. (2554). *การศึกษาคูณลักษณะขององค์กรนวัตกรรม: กรณีศึกษาขององค์กรที่ได้รับรางวัลด้านนวัตกรรม*. [วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์].
- ศศิประภา ชัยประสิทธิ์. (2553). องค์กรแห่งนวัตกรรมทางเลือกใหม่ของผู้ประกอบการยุคใหม่. *วารสารนักบริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*, 30(2), 60-63.
- ศูนย์นวัตกรรมเพื่อพัฒนาระบบราชการไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2561). *การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ยุคใหม่*. <http://www.opdc.go.th/>
- สมหมาย ทองมี. (2552). *ความเป็นองค์กรนวัตกรรมและความสามารถทางนวัตกรรมกรณีศึกษาโรงพยาบาลเกาะสมุย*. [การศึกษาอิสระ มหบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์].
- สิริภักตร์ ศิริโท. (2560). ความเป็นองค์กรนวัตกรรมของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 14(1), 159-177.
- สุริสา ริมศิริ. (2562). *การพัฒนาตัวบ่งชี้องค์กรแห่งนวัตกรรมการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน* [วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา].
- องค์กร ประจันเขตต์. (2557). องค์กรแห่งนวัตกรรมการศึกษาทางเลือกใหม่ของการบริหารการศึกษา. *วารสารพยาบาลทหารบก*, 15(1), 45-51.
- อนุพงษ์ ชุมแวงวาปี. (2560). *การพัฒนาแบบองค์กรแห่งนวัตกรรมของโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน* [วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา].
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research* (7th ed.). Wiley.