

การรับรู้ระดับบุคคลด้านวัฒนธรรมองค์การและการจัดการความรู้ที่มีอิทธิพลต่อนวัตกรรม ของกลุ่มบริษัท KTIS

Perceptions of Individual – Level of Organizational Culture and Knowledge Management Influencing on Innovations within KTIS Group

กฤษณะ ดาราเรือง¹
Kritsana Dararuang¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ระดับบุคคลด้านวัฒนธรรมองค์การ การจัดการความรู้ และนวัตกรรมของกลุ่มบริษัท KTIS 2) ตรวจสอบความสอดคล้องของสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และ 3) ศึกษาอิทธิพลการรับรู้ระดับบุคคลด้านวัฒนธรรมองค์การ และการจัดการความรู้ที่มีผลต่อนวัตกรรมของกลุ่มบริษัท KTIS กลุ่มตัวอย่างคือ บุคลากรในโครงการนวัตกรรมของกลุ่มบริษัท KTIS โดยการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 233 คน และดำเนินการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การพิจารณาความสอดคล้องของตัวแบบสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล

ผลการวิจัยพบว่า 1) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตมีค่าระหว่าง 0.276 – 0.694 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกตัวแปร 2) ตัวแบบการรับรู้ระดับบุคคลด้านวัฒนธรรมองค์การ การจัดการความรู้และนวัตกรรมของกลุ่มบริษัท KTIS ที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืน $\chi^2 = 45.70$, $df = 34$, $\chi^2 / df = 1.34$, p -value = 0.086, RMSEA = 0.059, CFI = 0.99 และ 3) นวัตกรรมองค์การได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านการจัดการความรู้ ($DE=0.57$, $P<0.05$) และปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การ ($DE=0.26$, $P<0.05$) นอกจากนี้ยังได้รับอิทธิพลทางอ้อมมาจากปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การ ($IE = 0.44$, $P< 0.05$) โดยส่งผ่านปัจจัยด้านการจัดการความรู้ และพบว่าปัจจัยทั้งหมดดังกล่าวสามารถทำนายตัวแปรตาม คือ นวัตกรรมของกลุ่มบริษัท KTIS ได้ร้อยละ 50.00 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การรับรู้ระดับบุคคล, วัฒนธรรมองค์การ, การจัดการความรู้, นวัตกรรม

ABSTRACT

The purposes of this research were to 1) study the relationship among perceptions of individual – level of organizational culture, knowledge management, and innovations of KITS Group; and 2) examine the consistency between the structural equation model and empirical evidence; and 3) study the influences of individual – level of organizational culture and knowledge management on innovations of KITS Group. Sample group consisted of 233 members of the KTIS Group Innovative Program obtained from a simple random sampling. Data was analyzed by Pearson correlation coefficient, considering the consistence between the model and fit indices and using path analysis.

¹ผู้ช่วยคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา

¹Assistant Dean of Graduate School of Chaopraya University

It was found, from the research findings, that 1) correlation among observed variables were 0.276-0.694 2) the structural equation model perceptions of individual – level of organizational culture and knowledge management influencing on innovations within KTIS Group is in harmonious with the fit indices with Chi-square = 45.70, df = 34, $\chi^2/df = 1.34$, P-value = 0.086, RMSEA = 0.059, CFI = 0.99 2), organizational innovation is influenced directly by knowledge management (DE=0.57, $P < 0.05$) and organizational culture (DE=0.26, $P < 0.05$) and also indirectly by organizational culture (IE = 0.44, $P < 0.05$) through knowledge management, with the results of this research indicating that all of the variables can predict 50% of a dependent variable (KTIS Group Innovation) with significant level of .05

Keywords: Perceptions of Individual – Level, Organizational Culture, Knowledge Management, Innovation

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในการบริหารจัดการที่ไม่หยุดนิ่งและทวีความรุนแรงอย่างต่อเนื่อง องค์การจำนวนมากมีความพยายามในการพัฒนาการดำเนินงานขององค์การเพื่อมุ่งหวังที่จะเพิ่มควมมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน และกลยุทธ์ที่สำคัญในช่วงศตวรรษนี้ที่องค์การต่างมีความพยายามคือการสร้างสรรค์นวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาผลการดำเนินงานขององค์การ (Carneiro, 2008) นวัตกรรมเป็นความท้าทายขององค์การในการนำองค์ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ไปสู่คุณค่าที่สูงขึ้นเพื่อตอบสนองความท้าทายใหม่ของการแข่งขัน นอกจากนี้ นวัตกรรมยังเปรียบเสมือนพลังในการขับเคลื่อนธุรกิจสมัยใหม่ที่สามารถส่งผลการเติบโตทางธุรกิจพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันและการปรับปรุงคุณภาพที่เหนือกว่าเปรียบเสมือนเสาหลักที่มีมั่นคงและทรงพลังสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน (Isaksen and Tidd, 2006) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคอุตสาหกรรมที่จำเป็นต้องมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตั้งแต่เห็นได้จากองค์การจำนวนมากที่สนับสนุนให้บุคลากรมีการพัฒนา และสร้างสรรค์จินตนาการ เพื่อสร้างความแตกต่างในการแข่งขันอย่างชัดเจน (Ringland, 2008)

ในสภาพปัจจุบันองค์การต่างๆได้เล็งเห็นถึงความจำเป็นในการนำนวัตกรรมมาใช้เพื่อสร้างความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันภายใต้บริบทในความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อม แต่ในข้อเท็จ-

จริงแม้ว่าองค์กรจะรับรู้ เข้าใจ และตระหนักในความจำเป็นดังกล่าวโดยเริ่มมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปสู่จุดหมาย แต่ก็ยังคงมีความล่าช้าในการพัฒนา (Blayse and Manley, 2004) และถึงแม้ว่าบทบาทของนวัตกรรมจะเป็นแนวทางใหม่ของการแข่งขันการซึ่งเปลี่ยนแปลงจากการแข่งขันในรูปแบบเก่าที่ล้าสมัยและเป็นกลยุทธ์ใหม่ที่ทุกองค์การมีความต้องการมากยิ่งขึ้นโดยการค้นหาความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ หรือการสนับสนุนส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้คนในองค์กร แต่อย่างไรก็ตามสิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบันพบว่า องค์การต่างๆ ยังไม่สามารถออกแบบการทำงานในยุคโลกาภิวัตน์บนโลกแห่งเทคโนโลยีได้อีกทั้งมีการบริหารจัดการองค์กรในรูปแบบเก่า และสิ่งที่เป็นรากฐานสำคัญคือองค์การต่างๆ ไม่มีนวัตกรรมอยู่ใน DNA ในการดำเนินงานขององค์การ (Barst and Capozzi and Davidson, 2008)

สำหรับบริบทของประเทศไทยจากบทวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของการพัฒนาในกระแสโลกาภิวัตน์สถานะและทิศทางการปรับตัวของประเทศไทยของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 สู่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 พบว่าสถานะเศรษฐกิจฐานความรู้ของประเทศไทยเมื่อพิจารณาจากค่าดัชนีเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge Economy Index: KEI) ที่จัดทำโดยธนาคารโลก (International Bank for Reconstruction and Development: World Bank) (Chen and Dahlman, 2005) มีการปรับตัวดีขึ้น แต่อย่างไรก็ตามผลการรายงานการติดตามเศรษฐกิจไทยของธนาคาร

โลกยังได้รายงานถึงจุดอ่อนที่สำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมของไทย คือ ขาดการนำขบวนการนวัตกรรมในการผลิตและการทำงานมาใช้แทนการทำงานภาคปกติประจำวัน ในขณะที่ความพยายามของรัฐบาลในการส่งเสริมและนำนวัตกรรมมาใช้เป็นเครื่องมือในการแข่งขันของประเทศ แต่จากรายงานของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติก็ยังไม่พบรายงานความสำเร็จอย่างเด่นชัดในการนำนวัตกรรมมาใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการรับรู้ระดับบุคคลโดยประยุกต์แนวคิดทฤษฎีด้านวัฒนธรรมองค์การและการจัดการความรู้ที่มีความสัมพันธ์และเป็นรากฐานสำคัญของการสร้างนวัตกรรมขององค์กร ซึ่งคุณค่าของงานวิจัยชิ้นนี้จะสามารถอธิบายถึงอิทธิพลสำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถในการสร้างนวัตกรรมขององค์กร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ระดับบุคคลด้านวัฒนธรรมองค์การ การจัดการความรู้ และนวัตกรรมของกลุ่มบริษัท KTIS
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลการรับรู้ระดับบุคคลด้านวัฒนธรรมองค์การ และการจัดการความรู้ที่มีผลต่อนวัตกรรมของกลุ่มบริษัท KTIS

สมมติฐานของการวิจัย

1. การรับรู้ระดับบุคคลด้านวัฒนธรรมองค์การ การจัดการความรู้ และนวัตกรรมของกลุ่มบริษัท KTIS มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
2. การรับรู้ระดับบุคคลด้านวัฒนธรรมองค์การ และด้านการจัดการความรู้ มีอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมต่อนวัตกรรมของกลุ่มบริษัท KTIS

กรอบทฤษฎี

ปัจจุบันการพัฒนานวัตกรรมถือเป็นแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและเป็นหนทางแห่งความสำเร็จที่ยั่งยืนขององค์กร (Holbeche, 2005)

ในขณะที่ความสนใจในการศึกษาและอธิบายถึงความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมขององค์กรที่นักวิชาการต่างให้ความสนใจ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การ และการจัดการความรู้พบว่ามีความสัมพันธ์กับการสร้างนวัตกรรมขององค์กร (Oh, 2007; Panuwatwanich and Stewart and Mohamed, 2008; Zheng, 2009)

วัฒนธรรมองค์การมีฐานคติมาจากมนุษยวิทยาและสังคมวิทยาที่ได้รับความสนใจและการศึกษาจากนักวิชาการเพื่ออธิบายถึงรูปแบบในลักษณะต่างๆ ของวัฒนธรรมองค์การ Cameron and Quinn ได้พัฒนารอบการวิเคราะห์วัฒนธรรมองค์การ (The Competing Values Framework: CVF) โดยแบ่งวัฒนธรรมองค์การออกเป็น 4 ลักษณะ คือ วัฒนธรรมเน้นการปรับตัว วัฒนธรรมเน้นการมีส่วนร่วม วัฒนธรรมเน้นโครงสร้างกฎระเบียบ และวัฒนธรรมเน้นการแข่งขัน (Cameron and Quinn, 2011)

แนวคิดด้านการจัดการความรู้เป็นแนวคิดที่องค์การให้ความสำคัญและมีความสนใจในการนำมาใช้ในการดำเนินงานภายในองค์กร Laudon and Laudon (2006) แบ่งการจัดการความรู้เป็น 4 ขั้นตอน คือ การสร้างความรู้ การประมวลและใช้รหัสความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการเผยแพร่ความรู้ ซึ่งสอดคล้องกับ Beesley and Cooper ที่แบ่งกระบวนการจัดการความรู้ออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ การสร้างความรู้ การแสวงหาความรู้ การถ่ายโอนความรู้ และการนำความรู้ไปใช้ (Beesley and Cooper, 2008) จากแนวคิดด้านการจัดการความรู้จึงอนุมานได้ว่ากระบวนการจัดการความรู้สามารถส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

นวัตกรรมถือเป็นกุญแจสำคัญที่มีความจำเป็นต่อองค์การในการแข่งขันอย่างสมบูรณ์ที่สามารถความได้เปรียบในการแข่งขันและสร้างความเป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจที่สามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว (Eaton and Akbiyikli and Dickinson, 2006; Stamm, 2009) North and Smallbone แบ่งนวัตกรรมออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) นวัตกรรมกระบวนการ ซึ่งเป็นความสามารถขององค์การในการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง สร้างสรรค์วิธีการดำเนินงานหรือมาตรฐานการดำเนินงานใหม่ที่ส่งผลต่อความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด และ 2) นวัตกรรมด้านสินค้าและบริการ เป็นขีดความสามารถขององค์การในการกระตุ้น

ให้บุคลากรคิดค้นทดลองและสร้างสรรค์สู่การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ที่เพิ่มมูลค่า (North and Smallbone, 2000)

ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์การกับนวัตกรรม Dobni (2006) อธิบายว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การจะมีส่วนช่วยต่อการสร้างนวัตกรรมขององค์การ โดยเริ่มจากพนักงานจะค้นหาเพื่อนร่วมงานหรือทีมงานที่สามารถปฏิบัติงานร่วมกันได้ หรือเป็นต้นแบบของการปฏิบัติงานและเกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน การพัฒนาพฤติกรรม และมาตรฐานการปฏิบัติงานใหม่ โดยกระบวนการดังกล่าวจะเป็นวงจรต่อเนื่องและพัฒนาเป็นกระบวนการของการเกิดนวัตกรรมใหม่ในองค์การ วัฒนธรรมองค์การจึงเป็นหนทางไปสู่การสร้างนวัตกรรมอีกทั้งเป็นพื้นฐานของการเติบโตก้าวหน้าของการสร้างนวัตกรรมนำมาซึ่งผลกำไรหรือประโยชน์จากนวัตกรรม และความราบรื่นในการปฏิบัติงาน (Jarvenpaa and Staples, 2001; Stamm, 2009)

ขณะเดียวกันในส่วนของการจัดการความรู้กับนวัตกรรม Holbeche (2005) อธิบายว่า พื้นฐานในการสร้างสรรค์นวัตกรรมขององค์การเกิดจากหลักการของการส่งเสริมให้บุคลากรเกิดอิสระทางความคิด การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ที่เกิดประโยชน์ต่อองค์การ ตลอดจนการนำความรู้และประสบการณ์ของบุคลากรในองค์การมาสร้างสรรค์แนวความคิดใหม่ และนำไปสู่การปฏิบัติ เพื่อส่งผลต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีคุณค่าต่อองค์การ ซึ่งพื้นฐานดังกล่าวเป็นรากฐานของการจัดการความรู้ ซึ่งสอดคล้องกับ Dovey (2009) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า นวัตกรรม

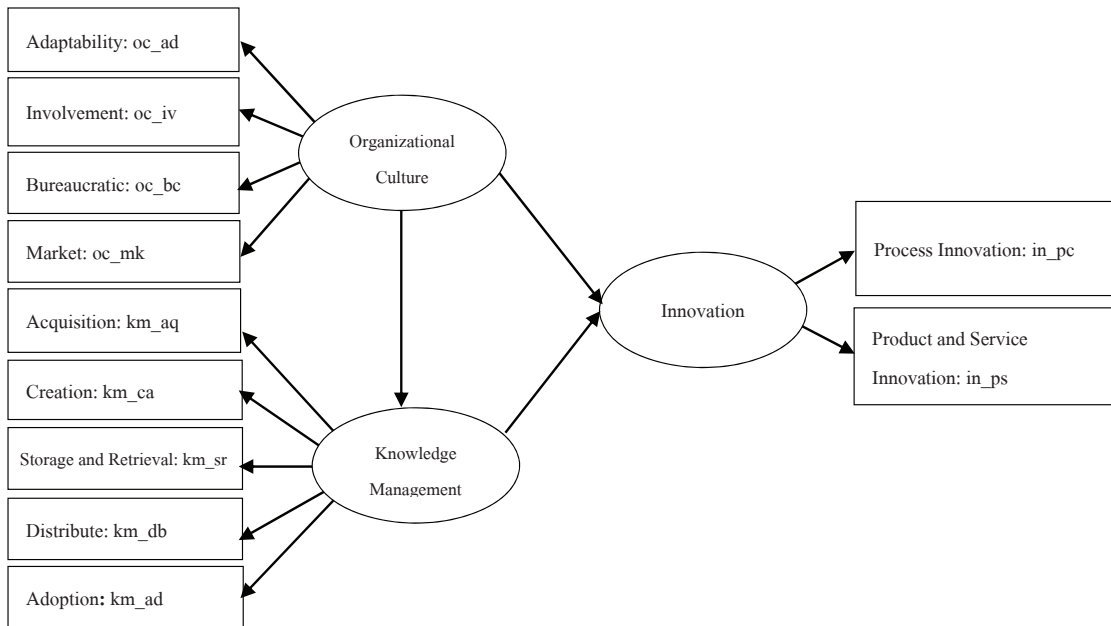
คือความสำเร็จที่อยู่บนความไว้วางใจ การพึ่งพาความร่วมมือและความใจกว้างของบุคลากรซึ่งส่งผลต่อความมีอิสระทางความคิด ก่อให้เกิดความคิดใหม่ๆ ที่มีคุณค่าสูงต่อการให้บริการ ผลิตภัณฑ์ และแนวทางการปฏิบัติงานใหม่ สิ่งสำคัญที่อยู่เหนือกว่านวัตกรรม คือ ความร่วมมือ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง รูปแบบความคิดใหม่ การปฏิบัติใหม่ๆ ของผู้คนในองค์การ นวัตกรรมจึงมีรากฐานจากความร่วมมือ การเรียนรู้ และการจัดการความรู้ ก่อให้เกิดความคิดและนำความคิดไปสู่การปฏิบัติที่เป็นจริงของบุคลากรในองค์การ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรแฝงด้านวัฒนธรรมองค์การ ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกต จำนวน 4 ตัว คือ วัฒนธรรมเน้นการปรับตัว (Adaptability: oc_ad) วัฒนธรรมเน้นการมีส่วนร่วม (Involvement: oc_iv) วัฒนธรรมเน้นโครงสร้างกฎระเบียบ (Bureaucratic: oc_bc) และวัฒนธรรมเน้นการแข่งขัน (Market: oc_mk)

ตัวแปรแฝงด้านการจัดการความรู้ ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกต จำนวน 5 ตัว คือ การแสวงหาความรู้ (Acquisition: km_aq) การสร้างความรู้ (Creation: km_ca) การจัดเก็บและเข้าถึงความรู้ (Storage and Retrieval: km_sr) การเผยแพร่ความรู้ (Distribute: km_db) และ การใช้ความรู้ (Adoption: km_ad)

ตัวแปรแฝงด้านนวัตกรรม ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต จำนวน 2 ตัว คือ นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation: in_pc) และนวัตกรรมด้านสินค้าและบริการ (Product and Service Innovation: in_ps)



ภาพ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการรับรู้ด้านวัฒนธรรมองค์การ การจัดการความรู้ และนวัตกรรมของกลุ่มบริษัท KTIS ในระดับบุคคล โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริหาร และบุคลากรในโครงการนวัตกรรมของกลุ่มบริษัท KTIS จำนวนทั้งหมด 600 คน ประกอบด้วย ผู้บริหาร จำนวน 50 คน และสมาชิกในโครงการนวัตกรรมจำนวน 550 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้มาจากวิธีการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 233 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางคำนวณของ เครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นจากการศึกษาเอกสาร ตำรา วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับคะแนน ดำเนินการตรวจสอบความตรงของเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน และนำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปลองใช้ จำนวน 40 คน คำนวณหาค่าความเที่ยง หรือความเชื่อมั่นของเครื่องมือได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงแบบอัลฟ่า เป็น 0.985 และจากการ

ตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงเชิงลู่เข้า (Convergent Validity) และความน่าเชื่อถือทางโครงสร้าง (Composite Reliability) ของตัวแบบมาตรวัด พบว่า ตัวแบบมาตรวัดด้านการจัดการความรู้ (KM) ด้านวัฒนธรรมองค์การ (OC) และด้านนวัตกรรม (IN) มีค่า λ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ และมีค่า ρ_c เท่ากับ 0.918, 0.837 และ 0.828 ตามลำดับ และค่า ρ_v เท่ากับ 0.709, 0.690 และ 0.563 ตามลำดับ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน 2) การวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Fit Indices) โดยใช้เกณฑ์ค่า Chi-square Value หรือ $P > .05$, $\chi^2/df < 2$ หรือ 3, RMSEA < 0.05 หรือไม่เกิน 0.08, CFI > 0.90 (Kline, 1998; Ullman, 2001; Stieger, 1990) และ 3) การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ระดับบุคคลด้านวัฒนธรรมองค์การ การจัดการความรู้ และนวัตกรรมของกลุ่มบริษัท KTIS พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ระหว่างวัฒนธรรมองค์การ (OC) กับการจัดการความรู้ (KM) มีค่าระหว่าง 0.330 - 0.585 โดยมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุก

ตัวแปร ในส่วนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ระหว่างวัฒนธรรมองค์การ (OC) กับ นวัตกรรม (IN) มีค่าระหว่าง 0.276 - 0.593 โดยมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกตัวแปรและตัวแปรสังเกตได้ระหว่างการจัดการความรู้ (KM) กับนวัตกรรม (IN) มีค่าระหว่าง 0.402 - 0.694 โดยมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกตัวแปร ดังแสดงในตารางที่ 1

ตาราง 1 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้การรับรู้ระดับบุคคลด้านวัฒนธรรมองค์การ การจัดการความรู้ และนวัตกรรมของกลุ่มบริษัท KTIS

Observed													
Variables	M	SD	oc_ad	oc_iv	oc_bc	oc_mk	km_aq	km_ca	km_sr	km_db	km_ad	in_pc	in_ps
oc_ad	3.80	0.666	1										
oc_iv	4.07	0.579	.612**	1									
oc_bc	4.16	0.615	.372**	.591**	1								
oc_mk	4.01	0.576	.471**	.633**	.718**	1							
km_aq	3.86	0.711	.565**	.553**	.437**	.585**	1						
km_ca	3.81	0.679	.572**	.530**	.441**	.533**	.831**	1					
km_sr	3.55	0.773	.500**	.420**	.330**	.435**	.649**	.755**	1				
km_db	3.59	0.789	.512**	.467**	.389**	.487**	.623**	.660**	.742**	1			
km_ad	3.75	0.760	.552**	.494**	.414**	.517**	.564**	.631**	.684**	.724**	1		
in_pc	3.90	0.646	.481**	.506**	.498**	.539**	.539**	.589**	.576**	.590**	.694**	1	
in_ps	3.53	0.860	.419**	.313**	.276**	.413**	.402**	.527**	.590**	.456**	.537**	.693**	1

หมายเหตุ n = 233; **p < .01

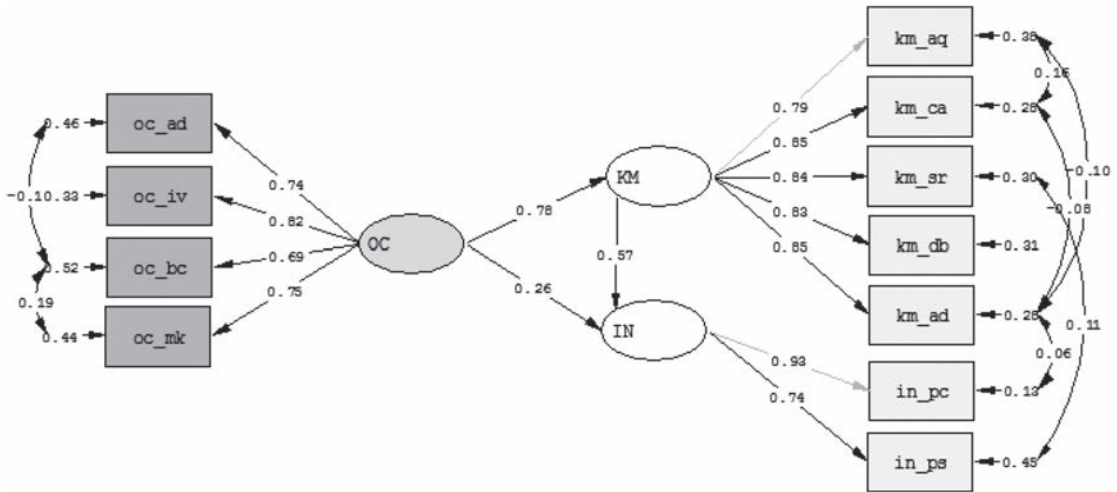
ตาราง 2 เมทริกสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง

Latent Variable	การจัดการความรู้: (KM)	นวัตกรรม: (IN)	วัฒนธรรมองค์การ: (OC)
การจัดการความรู้: (KM)	1.00		
นวัตกรรม: (IN)	0.77**	1.00	
วัฒนธรรมองค์การ: (OC)	0.78**	0.70**	1.00

จากตารางที่ 2 แสดงเมทริกสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงการจัดการความรู้ (KM) วัฒนธรรมองค์การ (OC) และ นวัตกรรม (IN) พบว่า ตัวแปรแฝงทุกคู่ มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงมากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยตัวแปรแฝงด้านวัฒนธรรมองค์การ (OC) กับตัวแปรแฝงการจัดการความรู้ (KM) มีความสัมพันธ์สูงสุดโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.78 ($p < .01$)

2. ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบสมการโครงสร้างฯ ที่พัฒนาเทียบกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า ตัวแบบการวิจัยมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยพิจารณาจากค่าสถิติและดัชนีตรวจสอบดังนี้ $\chi^2/df = 1.34$, $P\text{-value} = 0.086$, $RMSEA = 0.059$, $CFI = 0.99$ ดังแสดงในภาพที่ 2

3. ผลการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การ และปัจจัยด้านการจัดการความรู้ที่มีผลต่อนวัตกรรมของกลุ่มบริษัท KTIS



ภาพ 2 ตัวแบบสมการโครงสร้างการรับรู้ระดับบุคคลด้านวัฒนธรรมองค์การและการจัดการความรู้ที่มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมของกลุ่มบริษัท KTIS

ตาราง 3 สัมประสิทธิ์ของอิทธิพลทางตรง DE ทางอ้อม IE และรวม TE และเมทริกสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง

Dep.V.	Indep.V	Path Coefficients			R-square
		DE	IE	TE	
การจัดการความรู้: (KM)	วัฒนธรรมองค์การ: (OC)	0.78	0.00	0.78	0.60*
นวัตกรรม: (IN)	วัฒนธรรมองค์การ: (OC)	0.26	0.44	0.70	0.50*
	การจัดการความรู้: (KM)	0.57	0.00	0.57	

* $p < .05$

จากตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การ และปัจจัยด้านการจัดการความรู้ที่มีผลต่อนวัตกรรมของกลุ่มบริษัท KTIS พบว่า ปัจจัยด้านการจัดการความรู้ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การ ($DE=0.78, P < 0.05$) โดยปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การสามารถอธิบายความแปรปรวนหรือทำนายตัวแปรตาม คือ ปัจจัยด้านการจัดการความรู้ได้ ร้อยละ 60.00 ในส่วนของนวัตกรรมองค์การได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านการจัดการความรู้ ($DE=0.57, P < 0.05$) และปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การ ($DE=0.26, P < 0.05$) นอกจากนี้ ยังได้รับอิทธิพลทางอ้อมมาจากปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การ ($IE = 0.44, P < 0.05$) โดยส่งผ่านปัจจัยด้านการจัดการความรู้ และจากผลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยทั้งหมดดังกล่าวสามารถทำนายตัวแปรตาม คือ นวัตกรรมของกลุ่มบริษัท KTIS ได้ร้อยละ 50 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยดังกล่าว พบว่า การรับรู้ระดับบุคคลด้านวัฒนธรรมองค์การ ด้านการจัดการความรู้ และนวัตกรรมขององค์การมีความสัมพันธ์ในระดับสูง อีกทั้งปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การ และปัจจัยด้านการจัดการความรู้ยังเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมขององค์การ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Robbins (1990) ที่อธิบายว่ากลไกด้านวัฒนธรรมองค์การเปรียบเสมือนกระบวนการที่ส่งผลต่อความรู้สึกรและการกระทำของบุคลากรในองค์การในการหล่อหลอมทัศนคติและพฤติกรรมการทำงานของพนักงานที่สามารถนำไปสู่การพัฒนาวัตกรรมการขององค์การ และในส่วนข้อค้นพบจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ที่พบว่า ปัจจัยด้านการจัดการความรู้มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมขององค์การแสดงให้เห็นว่าการจัดการความรู้เป็นปัจจัยสำคัญที่มีต่อความสามารถด้านนวัตกรรมขององค์การซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ (2554: 157-167) ที่ได้ศึกษาวิจัยความสามารถในการจัดการความรู้กับความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่มีนวัตกรรมในประเทศไทย ผลของการศึกษา พบว่า องค์ประกอบความสามารถในการจัดการความรู้ คือ เทคโนโลยี โครงสร้าง วัฒนธรรม ความเชี่ยวชาญ การเรียนรู้ และ

สารสนเทศ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถทางนวัตกรรมและงานวิจัยของ Tsai (2001: 996-1000) ที่ได้ศึกษาวิจัยการถ่ายโอนความรู้ในองค์กรที่มีผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กร ผลการศึกษาพบว่า ความสำเร็จในการถ่ายโอนความรู้ขึ้นอยู่กับความสามารถในการจัดเก็บความรู้ อีกทั้ง การถ่ายโอนความรู้ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์การ นอกจากนี้ ความสะดวกในการเข้าถึงความรู้ และการแบ่งปันความรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การเรียนรู้ร่วมกันมีผลต่อการสร้างนวัตกรรมขององค์การ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับผู้บริหาร

จากผลการวิจัย พบว่า การรับรู้ระดับบุคคลด้านวัฒนธรรมองค์การและด้านการจัดการความรู้เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมขององค์การ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการความรู้จะเป็นพื้นฐานสำคัญในการดำเนินงานและเมื่อองค์การสามารถขับเคลื่อนกระบวนการจัดการความรู้ควบคู่กับการปฏิบัติงานได้อย่างต่อเนื่องก็จะสามารถก่อให้เกิดวัฒนธรรมขององค์การที่บุคลากรให้ความสนใจและให้ความสำคัญกับการถ่ายทอด แบ่งปัน การเรียนรู้ร่วมกัน ตลอดจนการค้นหาคำถามใหม่เพื่อพัฒนาการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้บริหารองค์การควรส่งเสริมและพัฒนากระบวนการจัดการความรู้ ทั้งในด้านการแสวงหาคำถามใหม่ๆ เพื่อการดำเนินงานระบบการจัดเก็บและการเข้าถึงความรู้ที่ส่งเสริมให้บุคลากรสามารถสืบค้นหรือค้นหาคำถามที่ถูกต้องได้โดยสะดวก รวดเร็ว และถูกต้องแม่นยำ เช่น การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการจัดเก็บและการบริหารจัดการองค์ความรู้หรือการพัฒนา ระบบ Knowledge Application การสื่อสารองค์ความรู้ผ่านกระดานข่าว Web Board หรือผ่านระบบ Line Group Knowledge เป็นต้น ซึ่งการส่งเสริมและเปิดโอกาสให้บุคลากรทุกภาคส่วนสร้างสรรค์แนวทางการดำเนินงานใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องจึงเป็นแนวทางสำคัญในการหล่อหลอมพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรและพัฒนาเป็นวัฒนธรรมองค์การที่ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาถึงสภาพปัญหาหรืออุปสรรคที่ส่งผลต่อการพัฒนานวัตกรรมในองค์กรเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานและนำไปสู่แนวทางในการพัฒนาในอนาคต

2. ควรมีการศึกษาต่อ ยอดผลของการนำนวัตกรรมไปใช้เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร โดยเฉพาะการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว

3. ควรมีการนำตัวแปรอื่นๆ เพิ่มเติมไปใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์หรืออิทธิพลที่มีต่อความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมโดยเฉพาะอย่างยิ่งในองค์กรที่ได้รับรางวัลนวัตกรรมแห่งชาติ

เอกสารอ้างอิง

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ. (2554). “ความสามารถในการจัดการความรู้กับความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่มีนวัตกรรมในประเทศไทย.” *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์*. ปีที่ 51. ฉบับที่ 1. มกราคม-มีนาคม: 157-167.

References

- Aujirapongpan, Sonmnuk. et al. (2011). “Knowledge management capability and innovative entrepreneurs in Thailand.” *NIDA Development Journal*. 51 (1): 157-167. (in Thai)
- Barst, J. and Capozzi, M. and Davidson, J. (2008). “Leadership and innovation.” *The McKinsey Quarterly*. No.1: 24-35.
- Blayse, A. M. and Manley, K. (2004). “Key influences on construction innovation.” *Construction Innovation*. Vol.4 No.3: 54-143.
- Beesley, L., and Cooper, C. (2008). “Defining knowledge management (KM) activities: Towards consensus.” *Journal of Knowledge Management*. 12 (3): 48-62.
- Carneiro, A. (2008). “When leadership means more innovation and development.” *Business Strategy Series*. 9 (4): 176-184.
- Cameron, K.S. and Quinn, R.E. (2011). *Diagnosing and changing organization culture*. San Francisco, CA: John Wiley & Sons.
- Chen, Derek H.C. and Dahlman, C.J. (2005). “The knowledge economy, the KAM methodology and world bank operations.” *World Bank Institute Working Paper*. No. 37256: 35.
- Dobni, C. B. (2006). “Developing an innovation orientation in financial services organizations.” *Journal of Financial Services Marketing*. Vol.11 (2): 171.
- Dovey, K. (2009). “The role of trust in innovation.” *The Learning Organization*. Vol.16 No.4: 311-325.
- Eaton, D. and Akbiyikli, R. and Dickinson, M. (2006). “An evaluation of the stimulants and impediments to innovation within PEI/PPP projects.” *Construction Innovation*. Vol.6 No.2: 63-77.
- Holbeche, L. (2005). *The high performance organization*. Oxford. Printed by Great Britain.
- Isaksen, S. and Tidd, J. (2006). *Meeting the innovation challenge: leadership for transformation and growth*. New York. Wiley. NY.
- Jarvenpaa, S. L. and Staples, D. S. (2001). “Exploring perceptions of organizational ownership of information and expertise.” *Journal of Management Information Systems*. Vol. 18 No.1: 83-151.
- Kline, R.B. (1998). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: Guild Press.
- Krejcie R.V. and Morgan, D.W. (1970). “Determining sample size for research activities.” *Journal of Education and Psychological Measurement*. (3): 607-610.
- Laudon, K.C. and Laudon, J.P. (2006). *Management information systems: Managing the digital firm*. Singapore: Pearson Education Indochina.
- North, D. and Smallbone, D. 2000. *The Innovativeness and Growth of Rural SMEs During the 1990s*. *Regional Studies*. 34, 2: 57-145.

- Oh, E. (2007). *Project organization, diverse knowledge, and innovation systems in the Korean game software industry*. Doctor of Philosophy. School of Public Policy.
- Panuwatwanich, K. and Stewart R. A. and Mohamed, S. (2008). "The role of climate for innovation in enhancing business performance." *Engineering Construction and Architectural Management*. Vol. 15 No. 5: 407-422.
- Ringland, G. (2008). "Innovation: scenarios of alternative futures can discover new opportunities for creativity." *Strategy & Leadership*. 36 (5): 22-27.
- Robbins, S. P. (1990). *Organization theory: structure designs and application*. New Jersey, Prentice-Hall Inc.
- Stamm, B. Von. (2009). "Viewpoint leadership for innovation: what you can do to create a culture conducive to innovation." *Strategic Direction*. Vol. 25 No. 6: 13-15.
- Steiger, J.H. (1990). "Structural model evaluation and modification: An internal estimation approach," *Multivariate Behavioral Research*. 25 (2): 173-180.
- Tsai, (2001). "Knowledge transfer in intra organizational networks: effects of network position and absorptive capacity on business unit innovation and performance." *Academy of Management Journal*. 44 (5): 996-1000.
- Ullman, J.B. (2001). "Structural equation modeling." In B.G. Tabachnick, and L.S. Fidell. *Using Multivariate Statistics*, (4thed.), 653-771. New York: Allyn& Bacon.
- Zheng, C. (2009). *A correlational study of organizational innovation capability and two factors: innovation drivers and organizational culture*. Doctor of Management in Organizational Leadership. University of Phoenix.