

การสร้างนวัตกรรมองค์กร กรณีศึกษา:ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

THE CREATION ORGANIZATIONAL INNOVATION IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE DEVELOPMENT BANK OF THAILAND.

ธนภัตร ก่อแก้ว

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรมองค์กร ผลการดำเนินงาน และ การพัฒนานวัตกรรมองค์กรของธนาคารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างการวิจัยในครั้งนี้คือ บุคลากรในสายงานต่าง ๆ ของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยจำนวน 3,765 คน (ณ วันที่ 31 ต.ค.62) โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วย สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 362 คน ประกอบด้วย เพศชาย จำนวน 105 คน เพศหญิง จำนวน 257 คน ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า สูงที่สุด ช่วงอายุ 21-30 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลาการทำงานในองค์กรกว่า 1 ปี สายงานที่กำกับดูแลพบว่ามีมากที่สุดคือ สายงานสาขา 1-5 ตำแหน่งงานในปัจจุบันพบว่าจำนวนมากที่สุดตำแหน่ง เจ้าหน้าที่-เจ้าหน้าที่อาวุโส

2. จากการศึกษปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรมองค์กร พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรมองค์กรของพนักงานธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย มีผลการศึกษาและวิเคราะห์ด้านปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรมองค์กรมากที่สุดคือด้านลูกค้าอยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ ด้านผู้นำและด้านเทคโนโลยีซึ่งอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับปานกลางได้แก่ ด้านโครงสร้างองค์กร ด้าน Supplier ด้านแรงจูงใจ ด้านปริมาณทรัพยากร ด้านความคิดสร้างสรรค์ และปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือด้านองค์กรแห่งการเรียนรู้ซึ่งอยู่ในระดับน้อย

3. จากการศึกษาผลการดำเนินงานทางด้านนวัตกรรมขององค์กร พบว่า ผลการดำเนินงานทางด้านนวัตกรรมขององค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีผลการดำเนินงานมากที่สุดคือ ด้านการนำองค์กรสู่การจัดการนวัตกรรมที่ยั่งยืน อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือด้านวัฒนธรรมเพื่อมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรม ด้านผลลัพธ์ด้านนวัตกรรม ด้านกระบวนการนวัตกรรมอยู่ในระดับมาก ส่วนใน

ด้านการจัดสรรทรัพยากรด้านนวัตกรรม ด้านยุทธศาสตร์ด้านนวัตกรรม ด้านความรู้สู่การสร้างนวัตกรรม และนวัตกรรมเพื่อมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ผลการดำเนินงานในด้านเหล่านี้อยู่ในระดับปานกลาง

คำสำคัญ: นวัตกรรมองค์กร, พัฒนานวัตกรรม, อิทธิพล

ABSTRACT

The objective of this research is to study the factors that influence the creation organizational innovation, performance and the development of innovation in Small And Medium Enterprise Development Bank of Thailand.

The research sample group was 362 personnel from various line of work. The number of personnel 3,765 in Small And Medium Enterprise Development Bank of Thailand (31 Oct 19). Questionnaires were used as the research tool. The statistics used to analyze data were descriptive statistics including frequency, percentage, mean, and standard deviation: and inferential statistics including Descriptive Statistics at the statistical significant level of 0.05. The results found that

1.The total research sample group was 362 samples, consists of 105 males and 257 females. Most of Them were aged 21-30 years old. Most of education level in Postgraduate. Most of work experiences in SME-D Bank were less 1 year. Most of line in work were 1-5 branch line in work. Most of position were Officers and Senior officers.

2.The study of study the factors that influence the creation organizational innovation found that the factors that influence the creation organizational innovation in Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand. Study results and analyze Overview factors at Moderate level. When considers each factor. Most average factor were the Customers at high level. Inferior factor were Leadership, Technology and Structure at high level. Inferior factor were Leaders. Inferior factor were Supplier, Motivation, Resource and Creativity at moderate level. Inferior factor were The Learning Organization at low level.

3.The study of study performance of organizational innovation at high level. When considers each performance. Most average performance were Key People to Innovation at high level. Inferior performance were Culture of Innovation, Innovation Results and Innovation

Processes at high level. Inferior performance were Resource Allocation for Innovation, Innovation Strategy, Knowledge-Based Innovation and Customer-Centric Innovation at moderate level.

Key Words: Organizational Innovation, Development of Innovation, influence

บทนำ

ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ส่งผลให้องค์กรธุรกิจต้องรู้จักปรับตัวให้ทันต่อการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันจึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กร โดยการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันใช้เพียงแค่การลดต้นทุนในการผลิตหรือในการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการเพียงเท่านั้น หากแต่องค์กรลองพิจารณาลงไปให้ลึกในรายละเอียดแล้วจะพบว่าการพัฒนากระบวนการปฏิบัติการภายใต้กรอบการทำงานและความคิดเดิม อาจจะทำให้สามารถแข่งขันได้ในระยะสั้นและระยะกลางก็จริง หากมีความเสี่ยงอย่างมากที่องค์กรจะพบกับสินค้าและบริการ หรือระบบการทำงานใหม่ๆ ที่องค์กรไม่ได้คาดคิดและวางแผนในการรับมือไว้แต่อย่างใด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาเทคโนโลยีบนโลกนั้นเป็นไปอย่างรวดเร็วและคาดการณ์ได้ยากยิ่ง ดังนั้นเพื่อให้องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้นั้นจึงจำเป็นต้องรู้พัฒนาด้านความเป็นเลิศในเชิงยุทธศาสตร์ และการนำเครื่องมือเพื่อใช้ในการบริหารรูปแบบใหม่ซึ่งเกิดจากความคิดสร้างสรรค์และการคิดค้นนวัตกรรมเพื่อเป็นสิ่งที่ใช้ในการกำหนดทิศทางและเป้าหมายให้องค์กรเกิดความแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไรในเชิงกลยุทธ์ (มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2556)

การบริหารจัดการนวัตกรรมองค์กรนั้นถือเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความเปลี่ยนแปลง โดยที่การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะต้องเป็นการเพิ่มมูลค่าทั้งต่อลูกค้าและผู้ผลิต ดังนั้นนวัตกรรมจึงสามารถก่อให้เกิดผลผลิตที่เพิ่มขึ้น และเป็นที่มาสำคัญของความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ชาติเป็น 6+4 ยุทธศาสตร์ ซึ่งแบ่งเป็น 6 ยุทธศาสตร์หลักและ 4 ยุทธศาสตร์สนับสนุน โดยรัฐได้มีการกำหนดความสำคัญของการพัฒนานวัตกรรมไว้ในหัวข้อที่ 2 ของยุทธศาสตร์สนับสนุนคือ การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม ซึ่งเป็นตัวกำหนดในการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจแห่งชาติโดยมีหลักการสำคัญเพื่อยึดหลักการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ลดความเหลื่อมล้ำบนพื้นฐานการใช้ภูมิปัญญาและนวัตกรรมโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างให้เศรษฐกิจเข้มแข็งและสามารถแข่งขันได้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ถือเป็นธนาคารเฉพาะกิจของรัฐ ภายใต้สังกัดกระทรวงการคลัง ธนาคารมีพันธกิจคือ 1.ให้บริการทางการเงินกับ SMEs ไทยขนาดเล็กในด้านสินเชื่อ การร่วมลงทุน เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุนแก่ SMEs ขนาดเล็ก อีกทั้งการให้ความช่วยเหลือและพัฒนาผู้ประกอบการเชิงรุก ด้านการตลาด ด้านการจัดการ และด้านการผลิตเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยเน้นนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ 3.สร้างความพึงพอใจและความผูกพันแก่ลูกค้า คู่ค้า ผู้ถือหุ้น และผู้ที่มีส่วนได้เสียภายใต้ระบบการบริการและกระบวนการทำงานภายใต้ประสิทธิภาพด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย ดังนั้นธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยถือเป็นองค์กรหนึ่งที่เข้าสู่อการสร้างนวัตกรรมเพื่อให้เป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม (สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน).(2562)ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย, 20 ธ.ค.62, <https://www.egov.go.th/th/government-agency/339>) โดยมีการประเมินผลด้านการจัดการนวัตกรรม (Innovation Management :IM) ซึ่งเป็นเกณฑ์เพื่อการพัฒนากระบวนการประเมินผลด้านนวัตกรรมภายใต้คณะกรรมการพิจารณาแนวทางการปรับปรุงระบบประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจสำหรับ Enabler แต่ละด้าน ได้แก่ ความใหม่ (Newness) การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge Creativity) ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Sustainable Benefits) ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นเกณฑ์ในการวัดผลองค์กรรัฐวิสาหกิจเพื่อเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมที่มีการจัดการนวัตกรรมที่เป็นเลิศอีกด้วย (เกณฑ์ประเมินผลด้านการจัดการนวัตกรรม,สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ,2562)

ดังนั้น ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาและวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ การสร้างนวัตกรรมองค์กร กรณีศึกษาธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นมุมมองของพนักงานภายในธนาคารเพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมองค์กรและการจัดการนวัตกรรมองค์กรที่เป็นเลิศ เพื่อสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและความได้เปรียบในการแข่งขันอีกต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรมองค์กรของธนาคารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย
- 2.เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานทางด้านการจัดการนวัตกรรม
- 3.เพื่อศึกษาการพัฒนาวัตกรรมการ

ขอบเขตงานวิจัย

ขอบเขตของงานวิจัยประกอบไปด้วยขอบเขตด้านเนื้อหาการศึกษา และด้านประชากรกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหาการศึกษาของงานวิจัยฉบับนี้ได้แก่ 1.ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรมองค์กร 2.ผลการดำเนินงานทางด้านการจัดการนวัตกรรม

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือพนักงานธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ธนาคารมีพนักงานทั้งหมดจำนวน 3,765 คน (ณ วันที่ 31 ต.ค.62) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้มาจากพนักงานของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย คัดเลือกตัวอย่างแบบสุ่มตัวอย่างแบบ taro yamane จำนวน 362 ตัวอย่าง

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.ทฤษฎีการจัดการนวัตกรรม

1.1 ทฤษฎีการผลักดันด้วยเทคโนโลยี (Technology Push Theory)

ทฤษฎีการผลักดันด้วยเทคโนโลยี (Technology Push Theory) หรือเรียกว่าทฤษฎีวิวัฒกรรมของนวัตกรรม (Engineering Theory of Innovation) ในทฤษฎีกล่าวถึงโอกาสของการสร้างนวัตกรรมคือโอกาสที่จะปรับปรุงสินค้าหรือกระบวนการผลิตซึ่งเกิดขึ้นจากการประยุกต์ใช้งานวิจัยพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเชิงอุตสาหกรรมทั้งหลายซึ่งเป็นที่มาที่ก่อให้เกิดสินค้าใหม่ กระบวนการใหม่ๆ และการปรับปรุงให้ดีขึ้น (ศุภชัย หล่อโลหะการและปัทมาวดี พัวพรหมยอด ,2558)

1.2 ทฤษฎีการผลักดันจากตลาดในการทำนวัตกรรม (Market Pull Theory)

ทฤษฎีการผลักดันจากตลาดในการทำนวัตกรรม (Market Pull Theory) ทฤษฎีดังกล่าวเกิดจากการต่อยอดจากทฤษฎีการผลักดันด้วยเทคโนโลยี ซึ่งทฤษฎีดังกล่าวยังคงเน้นไปยังการวิจัยซึ่งถือเป็นแหล่งความรู้เพื่อพัฒนาหรือปรับปรุงสินค้าและกระบวนการ แต่สิ่งที่แตกต่างจากทฤษฎีการผลักดันด้วยเทคโนโลยีคือการมองเห็นความสำคัญของปัจจัยด้านองค์กรเป็นครั้งแรกในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบในการสร้างนวัตกรรม แม้ว่าทิศทางความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียวยังคงเป็นเงื่อนไขหลักของนวัตกรรม แต่ไม่ได้คิดแค่การมีเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียวเท่านั้นอีกต่อไป ความสามารถด้านองค์กรและการจัดการจะเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการสร้างนวัตกรรม

1.3 ทฤษฎีการเชื่อมโยงในห่วงโซ่ (Chain-link Theories)

ซึ่งเป็นทฤษฎีที่นำเสนอข้อเท็จจริงที่ว่าความเชื่อมโยงระหว่างความรู้กับตลาดไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยอัตโนมัติอย่างที่เคยเชื่อกันมา โดยทฤษฎีการเชื่อมโยงในห่วงโซ่เชื่อว่าการพัฒนาแนวคิด

1.4 ทฤษฎีระบบของนวัตกรรม (Systems of Innovation)

ทฤษฎีระบบของนวัตกรรมเป็นทฤษฎีที่เกิดจากการตั้งสมมุติฐานว่าองค์กรนวัตกรรมจะเชื่อมโยงเข้ากับหน่วยงานต่าง ๆ หลากหลายผ่านเครือข่ายความร่วมมือในลักษณะต่าง ๆ และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ทฤษฎีนี้จะเน้นความสำคัญของที่มาของข้อมูลดังกล่าวว่ามาจากภายนอกองค์กรหรือมาจากลูกค้า ซัพพลายเออร์ ที่ปรึกษา ห้องปฏิบัติการ หน่วยงานภาครัฐ มหาวิทยาลัย เป็นต้น

1.5 ทฤษฎีเครือข่ายความร่วมมือทางสังคม (Social Network Theory)

ทฤษฎีเครือข่ายความร่วมมือทางสังคม (Boissevain J, 1981) เป็นแนวคิดที่มีรากฐานทางทฤษฎีจากแนวความคิดหลายๆทฤษฎีผสมกันทำให้เกิดมุมมองใหม่อีกด้านซึ่งอธิบายว่า แนวคิดที่ผ่านมาในอดีตนั้นมองนวัตกรรมว่าเป็นเรื่องของการวิจัย หรือการมีปฏิสัมพันธ์แบบไม่เป็นทางการระหว่างบริษัทกับผู้มีบทบาทสำคัญอื่น ๆ ซึ่งเป็นการอธิบายที่ไม่ครอบคลุมเพียงพอ โดยนักทฤษฎีเครือข่ายความร่วมมือทางสังคมกล่าวไว้ว่าความรู้ต่างหากที่มีบทบาทสำคัญมากที่สุดในกระบวนการส่งเสริมนวัตกรรม ความสำคัญที่เพิ่มขึ้นของความรู้เป็นปัจจัยหลักในการผลิต

2.ทฤษฎีพื้นฐานของนวัตกรรม

ทฤษฎีพื้นฐานของนวัตกรรม เป็นทฤษฎีที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อนำไปใช้ในการจัดการนวัตกรรมองค์กรได้ทั้งองค์ที่แสวงหาผลกำไรและองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรรวมถึงนวัตกรรมทั้งในเชิงสังคม และนวัตกรรมในแง่ของเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังสามารถใช้ได้กับนวัตกรรมในแง่ของสินค้า บริการ กระบวนการ การบริหารจัดการ การปรับปรุงองค์กร การตลาด และเงื่อนไขการทำงานใหม่ โดยทฤษฎีดังกล่าวจะประกอบไปด้วย 1.ความใหม่ (Novelty) 2.ขั้นตอนทางความคิดสร้างสรรค์ที่สูงขึ้น (Inventive Steps) 3.การแก้ไขปัญหาเฉพาะ (Solution to a Specific Problem)

3.แนวคิดนวัตกรรมองค์กร

นวัตกรรมองค์กรคือ การสร้าง การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างธุรกิจ การปฏิบัติการระบบ รวมไปถึงการจัดการกระบวนการ การตลาด รูปแบบธุรกิจ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการและบริหารองค์กรซึ่งจะต้องใช้ความรู้ ความสามารถในการบริหาร เพื่อนำมาพัฒนาเพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์เพื่อนำมาปรับปรุงภายในองค์กร (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2553)

พยัต วุฒิรงค์, (2557) กล่าวว่าความเป็นองค์กรนวัตกรรมหรือองค์กรที่สนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมในองค์กรนั้น โดยการสร้างนวัตกรรมองค์กรมีปัจจัยที่หลากหลายไม่ใช่เพียงแค่การวิจัยและพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ซึ่งการที่องค์กรจะกลายเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมได้นั้นต้องมีการเปลี่ยนแปลงลักษณะองค์กร เพื่อให้บุคลากรในองค์กรเกิดความคิดสร้างสรรค์ การเกิดความคิด

ใหม่ๆหรือการเปลี่ยนพฤติกรรมการทำงานแบบเดิม ๆ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเครื่องมือ ระบบ กระบวนการ นโยบาย สินค้าหรือบริการใหม่ๆและก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม โดยปัจจัยที่ก่อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมองค์กรมีดังต่อไปนี้

3.1 โครงสร้างองค์กร (Organization Structure)

โครงสร้างองค์กรเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างนวัตกรรมในองค์กร โครงสร้างองค์กรสามารถทำให้เกิดความแตกต่างของความสามารถทางด้านนวัตกรรมขององค์กร โดยการวางโครงสร้างองค์กรควรมีความเหมาะสมสอดคล้องกับการพัฒนานวัตกรรมในองค์กร เพื่อให้การพัฒนานวัตกรรมสามารถทำได้ง่าย และไม่เกิดการจำกัดทางด้านความคิดของพนักงานในองค์กร (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2553)

3.2 แรงจูงใจ (Motivation)

ไมเคิล ดอมเจน (Domjan, 1996:199) อธิบายว่าการจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรม การกระทำหรือกิจกรรมของบุคคล โดยบุคคลลงใจกระทำพฤติกรรมนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ (Christiansen, 2000) กล่าวว่างค์กรที่มุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมต้องมีรูปแบบการให้รางวัลที่หลากหลาย เพื่อจะได้ตอบสนองกับความต้องการที่แตกต่างกันของพนักงาน

3.3 องค์กรแห่งการเรียนรู้ (The Learning Organization)

ตามแนวคิดของ (Tidd & Bessant, 2009) การเรียนรู้เป็นปัจจัยพื้นฐานของการสร้างนวัตกรรมในองค์กร นวัตกรรมสามารถนำมาเสนอผ่านวงจรของการเรียนรู้ที่รวมกระบวนการการทดลอง ประสิทธิภาพ การสะท้อน และการรวมเข้าด้วยกัน ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวคือความสามารถในการจัดการวงจรการเรียนรู้ให้อยู่ในรูปแบบที่ชัดเจนเช่น การพัฒนาสินค้าใหม่ การใช้กระบวนการทางเทคโนโลยีใหม่ เป็น

3.4 ทรัพยากร (Resource)

แนวคิดของ (Dundon, 2002) ได้เสนอองค์ประกอบขององค์กรนวัตกรรม โดยมีการกล่าวถึงการจัดสรรทรัพยากรเพื่อนวัตกรรมเอาไว้ว่างค์กรนวัตกรรมจะเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าไม่ได้รับการสนับสนุนด้านทรัพยากรที่เพียงพอ ซึ่งทรัพยากรที่มีความสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรม คือ เวลา บุคลากร ข้อมูลสารสนเทศ และงบประมาณสนับสนุน การจัดสรรทรัพยากรในการสร้างและสนับสนุนนวัตกรรมในองค์กร

3.5 ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

ในการวางแผนพัฒนาศักยภาพและความสามารถของพนักงานในองค์กรที่จะสนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง องค์กรควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในระดับบุคคล ความคิดสร้างสรรค์ถือได้ว่าเป็นกลไกทางความคิดที่อาศัยจินตนาการและประสบการณ์มาผสมผสานอย่างลงตัว จนได้แนวคิดสำหรับการแก้ไขปัญหา โดยความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ปัญหานั้นต้องมีประโยชน์

ต่อเศรษฐกิจ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ซึ่งองค์กรที่ต้องการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมจะต้องมีการจัดการความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งก็คือการนำแนวคิดที่เหมาะสมมาริเริ่มสร้างสรรค์และสามารถดำเนินการจนเกิดเป็นนวัตกรรมได้

3.6 ภาวะผู้นำ (Leadership)

ภาวะผู้นำ หมายถึง กระบวนการที่ผู้นำใช้อิทธิพลหรืออำนาจที่ตนมีอยู่ในการชักนำหรือโน้มน้าวให้ผู้ใต้บังคับบัญชาภายในองค์กรหรือในกลุ่มคนในสถานต่าง ๆ เพื่อให้สมาชิกของกลุ่มได้ปฏิบัติหน้าที่ของตนอย่างมีประสิทธิภาพที่สุดให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร (ประสาน หอมพูล และ ทิพวรรณ หอมพูล, 2540 ; 83)

3.7 ลูกค้า (Customer)

จากแนวความคิดของทักเกอร์(Tucker, 2002) ได้กล่าวไว้ว่า หลักการสำคัญประการหนึ่งของการพัฒนากระบวนการนวัตกรรมคือการสร้างนวัตกรรมนั้นจะต้องให้ความสำคัญไปที่ลูกค้า จะต้องมีความสามารถในการรับรู้และเข้าใจความต้องการของลูกค้าและตลาด กล่าวคือองค์กรจะต้องพึงระลึกเสมอว่าความต้องการของลูกค้ามีความหลากหลายและสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ทั้งนี้การสร้างนวัตกรรมใด ๆ ขึ้นมาใหม่จะต้องมีจุดประสงค์อยู่ที่การสร้างคุณค่าใหม่ให้แก่ลูกค้า (พยัต วุฒิรงค์, 2557)

3.8 เทคโนโลยี (Technology)

เวรกกิง (Vracking, 1990) กล่าวว่า องค์กรจะต้องมีการประเมินเทคโนโลยี เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและเข้ากันได้ของเทคโนโลยีที่เป็นเทคโนโลยีใหม่ ทั้งในปัจจุบันและอนาคตที่จะส่งผลกระทบต่อทักษะขององค์กรและศักยภาพทางด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีขั้นสูงที่มีผลโดยตรงกับการผลิตรายการขนส่ง การจ้างงาน ระดับการลงทุน และความเป็นอยู่ของหน่วยเศรษฐกิจโดยรวมของธุรกิจทั้งหมด

3.9 Supplier (Outsourcing)

ปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ หันมาสร้างพันธมิตรเพื่อร่วมกันพัฒนานวัตกรรมหรือที่เรียกว่าการทำนวัตกรรมแบบเปิดเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้รูปแบบความร่วมมือมีอยู่หลากหลายรูปแบบแต่รูปแบบหนึ่งที่เป็นที่ยอมรับและใช้อย่างแพร่หลายในปัจจุบันได้แก่ การว่าจ้างในรูปแบบการจัดจ้างองค์กรภายนอก ทั้งนี้กลยุทธ์การจัดจ้างองค์กรภายนอกนั้นเป็นที่รับรู้และนิยมกันมากในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา เนื่องจากองค์กรย่อมมีความเชี่ยวชาญที่แตกต่างกัน และมีความพร้อมทางด้านทรัพยากรที่ไม่เหมือนกัน จึงมีการจัดจ้างไปยังองค์กรภายนอกเป็นผู้ดำเนินการเนื่องจากมีความพร้อมและเชี่ยวชาญมากกว่า (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2553)

4 การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ปี 2563 (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) กระทรวงการคลัง, 2562)

จากการประกาศใช้พระราชบัญญัติการพัฒนาการกำกับดูแลและบริหารรัฐวิสาหกิจ (พระราชบัญญัติพัฒนารัฐวิสาหกิจฯ) เมื่อ 19 พฤษภาคม 2562 ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการปฏิรูปรัฐวิสาหกิจ

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจเห็นถึงความจำเป็นของการพัฒนาระบบประเมินผล เพื่อพัฒนาต่อยอดจากโครงการระบบประเมินผลเดิมที่สามารถใช้เครื่องมือในการกำกับ ติดตาม ประเมินผล การดำเนินงานรัฐวิสาหกิจที่มีความเหมาะสมเป็นรูปธรรม และสามารถสะท้อนถึงควมมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานได้อย่างแท้จริง โดยได้พิจารณานำข้อดี/จุดแข็งของระบบปัจจุบันที่มีมาใช้ ปรับปรุงข้อด้อยของระบบปัจจุบัน รวมทั้งปรับปรุง เพิ่มเติมประเด็นของการจัดการสมัยใหม่และจะนำมาใช้ในการประเมินผล รัฐวิสาหกิจในปี 2563 โดยสามารถแสดงหลักเกณฑ์ประเมินด้านการจัดการนวัตกรรมของรัฐวิสาหกิจ ได้ ดังนี้

4.1 การนำองค์กรสู่การจัดการนวัตกรรมที่ยั่งยืน (Key People to Innovation)

ผู้บริหารระดับสูงมีการทบทวน/กำหนด วิสัยทัศน์และพันธกิจ โดยมีการระบุใช้ความคิดสร้างสรรค์ และการจัดการนวัตกรรมในการขับเคลื่อนองค์กรอย่างชัดเจน พร้อมระบุ KPIs เพื่อผลสำเร็จเชิงยุทธศาสตร์ ทัวทั้งองค์กร

ผู้บริหารระดับสูงรับมอบนโยบายด้านส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์และการจัดการนวัตกรรม จากคณะกรรมการนโยบายหลักขององค์กรรวมถึงสื่อสารนโยบายให้ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและนอกองค์กร อย่างครบถ้วน (เช่นบุคลากร ผู้ส่งมอบ คู่ค้า ลูกค้า เป็นต้น)

4.2 ยุทธศาสตร์ด้านนวัตกรรม (Innovation Strategy)

รัฐวิสาหกิจมีการกำหนดยุทธศาสตร์/แผนแม่บทและเป้าประสงค์ เป้าหมายด้านนวัตกรรม ทั้งระยะ ยาวและระยะสั้นขององค์กรที่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์และเป้าหมายหลักขององค์กรอย่าง ชัดเจน และมีการตอบสนองต่อปัจจัยภายในและภายนอก

4.3 นวัตกรรมเพื่อมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด (Customer-Centric Innovation)

การรวบรวม VOC ของลูกค้าทุกกลุ่มลูกค้าและตลาด (ลูกค้าปัจจุบัน อดีตลูกค้า ลูกค้าคู่แข่ง และ ลูกค้าในอนาคต) และแบ่ง VOC ตามผลิตภัณฑ์และบริการ การสนับสนุนลูกค้า และการสร้างความสัมพันธ์ กับลูกค้า ผ่านการประยุกต์ใช้ระบบดิจิทัลเป็นกลไกในการดำเนินงาน

4.4 การจัดการความรู้สู่การสร้างนวัตกรรม (Knowledge-Based Innovation)

การวัดและวิเคราะห์ผลสำเร็จเชิงเปรียบเทียบในกลุ่ม KPIs ที่สำคัญขององค์กร (ระดับยุทธศาสตร์ ระดับกระบวนการทำงาน ที่มีการเปรียบเทียบเป้าหมาย แนวโน้ม คู่แข่งคู่เทียบ และพิจารณาความ สอดคล้องตามบริบทองค์กร)

4.5 การสร้างวัฒนธรรมเพื่อมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรม (Culture of Innovation)

การประเมิน Gap และจัดทำแผนการเสริมสร้างวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นการมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

4.6 กระบวนการนวัตกรรม (Innovation Processes)

การออกแบบกำหนดและจัดให้มีกระบวนการนวัตกรรมขององค์กรในภาพรวมอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่กระบวนการรวบรวมความคิดสร้างสรรค์ กระบวนการวิเคราะห์ คัดเลือกความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์ กระบวนการนำความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์ไปสู่การสร้างนวัตกรรม กระบวนการเชื่อมโยงความรู้ไปสู่การสร้างนวัตกรรม กระบวนการจัดสิทธิบัตร กระบวนการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อรองรับ IM โดยเป็นกระบวนการที่สอดคล้องกับหลักการ/แนวคิด แนวปฏิบัติ มาตรฐานสากลและยุทธศาสตร์การจัดการนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร

4.7 การจัดสรรทรัพยากรด้านนวัตกรรม (Resource Allocation for Innovation)

การกำหนด แนวทางการจัดสรรทรัพยากรทางการเงิน การลงทุน และด้านอื่น ๆ เช่นทรัพยากรคน ระบบดิจิทัล ระยะเวลา ทรัพยากรพื้นฐานต่าง ๆ (เช่น อาคาร สถานที่ เป็นต้น) ที่เป็นระบบและเหมาะสม

4.8 ผลลัพธ์ด้านนวัตกรรม (Innovation Results)

การกำหนดและยกระดับผลลัพธ์ด้านนวัตกรรมในทุกมิติทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ผลลัพธ์ด้านการเงิน ผลลัพธ์ด้านลูกค้าและผลิตภัณฑ์และบริการ ผลลัพธ์ด้านกระบวนการภายใน ผลลัพธ์ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา

5.บริบทของกรณีศึกษา ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.)

ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย หรือ ธพว. ถือเป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลังและถือเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งให้บริการทางด้านสินเชื่อ ด้านร่วมลงทุนเพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SMEs ไทย อีกทั้งยังเป็นหน่วยงานในการให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาผู้ประกอบการ ในด้านการตลาด การจัดการ การผลิต เพื่อขับเคลื่อนโดยเน้นการใช้นวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แก่ บุคลากรในสายงานต่าง ๆ ของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย จำนวน 3,765 คน (ณ วันที่ 31 ต.ค.62) โดยการสุ่มตัวอย่าง การกำหนดขนาดสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้สูตรในการสุ่มตัวอย่างแบบ taro Yamane (1967) อ้างใน ธานินทร์ ศิลป์จาร (2549) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 จำนวน 362 ตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการวิจัยในเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งข้อคำถามในแบบสอบถามได้มาจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีทางด้านการจัดการนวัตกรรมองค์กรและเพื่อให้สอดคล้องตามการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ให้สามารถตอบตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1.การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้การแจกแจงความถี่ (frequency) เพื่อแสดงค่าความถี่ของข้อมูลที่จัดเก็บ โดยแสดงเป็นจำนวนและร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้ในการแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ระยะเวลาในการทำงานในองค์กร สายงานที่กำกับดูแล ตำแหน่ง

2.การวิเคราะห์สถิติอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อใช้ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (independent variables) และตัวแปรตาม (dependent variables) โดยใช้โปรแกรม SPSS ในการทดสอบค่าและแสดงค่าความสัมพันธ์

ผลการวิจัย

1.ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 362 คน ประกอบด้วย เพศชาย จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 เพศหญิง จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า สูงที่สุด ช่วงอายุ 21-30 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็น ร้อยละ 34.3 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 59.9 ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลาการทำงานในองค์กรน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 สายงานที่กำกับดูแลพบว่ามากที่สุดคือสายงานสาขา 1-5 จำนวน 211 คน เป็นร้อยละ 58.3 ตำแหน่งงานในปัจจุบันพบว่าจำนวนมากที่สุดตำแหน่ง เจ้าหน้าที่-เจ้าหน้าที่อาวุโส จำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 89.2

2.ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรมองค์กร

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรมองค์กร พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรมองค์กรของพนักงานธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย มีผลการศึกษาและวิเคราะห์ด้านปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรมองค์กรมากที่สุดคือด้านลูกค้าอยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ ด้านผู้นำและด้านเทคโนโลยีซึ่งอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับปานกลางได้แก่ ด้านโครงสร้างองค์กร ด้าน Supplier ด้านแรงจูงใจ

ด้านปริมาณทรัพยากร ด้านความคิดสร้างสรรค์ และปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือด้านองค์กรแห่งการเรียนรู้ ซึ่งอยู่ในระดับน้อย

3.ผลการดำเนินงานทางด้านนวัตกรรมขององค์กร

จากการศึกษาผลการดำเนินงานทางด้านนวัตกรรมขององค์กร พบว่า ผลการดำเนินงานทางด้านนวัตกรรมขององค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีผลการดำเนินงานมากที่สุดคือ ด้านการนำองค์กรสู่การจัดการนวัตกรรมที่ยั่งยืน อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือด้านวัฒนธรรมเพื่อมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรม ด้านผลลัพธ์ด้านนวัตกรรม ด้านกระบวนการนวัตกรรมอยู่ในระดับมาก ส่วนในด้านการจัดสรรทรัพยากรด้านนวัตกรรม ด้านยุทธศาสตร์ด้านนวัตกรรม ด้านความรู้สู่การสร้างนวัตกรรม และนวัตกรรมเพื่อมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ผลการดำเนินงานในด้านเหล่านี้อยู่ในระดับปานกลาง

อภิปรายผลการวิจัย

อภิปรายผลลักษณะส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เป็นเพศชาย จำนวน 105 คน และเพศหญิง 257 ซึ่งเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ระยะเวลาการทำงานในองค์กรส่วนใหญ่ต่ำกว่า 1 ปี สายงานที่กำกับดูแลส่วนใหญ่สายงานสาขา 1-5 และตำแหน่งงานส่วนใหญ่ เจ้าหน้าที่/เจ้าหน้าที่อาวุโส

อภิปรายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรมองค์กร

ผลการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรมองค์กร พบว่าปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมาก ได้แก่ โครงสร้างองค์กร ผู้นำองค์กร ลูกค้า และเทคโนโลยี ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญปานกลางคือ แรงจูงใจ ปริมาณทรัพยากร ความคิดสร้างสรรค์ และปัจจัยที่มีระดับความสำคัญน้อยคือ องค์กรแห่งการเรียนรู้ ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องการศึกษา ปัจจัยสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมองค์กรบริบทธนาคารพาณิชย์ เนื่องจากมีความแตกต่างกันในด้านกรณีศึกษา

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

- 1.ควรมีการออกแบบการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามตำแหน่งงานที่มีสัดส่วนอย่างชัดเจน
- 2.ควรมีการนำเสนอหัวข้อใหม่ที่ทันยุคทันสมัยยิ่งขึ้นเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาบุคลากรในองค์กร

เอกสารอ้างอิง

ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย.

(2563).ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย. ค้นเมื่อ 20 ธ.ค. 2562

จาก www.smebank.co.th/about/Data.

ปรีดา ยังสุขสถาพร. (2556). การบริหารจัดการนวัตกรรมทั่วทั้งองค์กร.

กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศุภชัย หล่อโลหะการ และ ปัทมาวดี พัวพรหมยอด. แนวคิดทฤษฎีการจัดการ

นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาในอนาคต. (2560). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). แผนพัฒนา

เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) (หน้า 163-169). กรุงเทพมหานคร:
สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ. (2562). เกณฑ์ประเมินผลด้านการ

จัดการนวัตกรรม. กรุงเทพมหานคร. สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ.

สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน). (2562). ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจ

ขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย. ค้นเมื่อ 20 ธ.ค. 2562, จาก
<https://www.egov.go.th/th/government-agency/339>

BOISSEVAIN, J. (1981). Saints and Fireworks. Religion and Politics in Rural

Malta, London School of Economics Monograph on Social Anthropology, London.

Christiansen, J. A. (2000). Building the innovative organization: Management

systems that encourage innovation. Hampshire: Macmillan Press.