

**ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การ
และประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์
ของบุคลากร บริษัท ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)**

**TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP, PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT FOR
CREATIVITY, AND CREATIVE SELF-EFFICACY INFLUENCING INDIVIDUAL CREATIVITY
OF KRUNG THAI BANK PUBLIC COMPANY LIMITED OFFICERS**

เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน¹ อภิชาติ กิตติศักดิ์นาวิน² และ ศรีวิชา กฤตาทิการ³

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²เทศบาลเมืองสมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงคราม

³นักวิชาการอิสระ

Chalermchai Kittisaknawin¹ Apichat Kittisaknawin² and Sorawicha Krittathikarn³

¹Faculty of Management Science, Silpakorn University

²Samut Songkhram Town Municipality, Samut Songkhram Province

³Freelance Academic

(Received: February 6, 2019 ; Revised: February 26, 2019 ; Accepted: March 4, 2019)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ (1) ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การและประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ (2) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ (3) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การและประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณรูปแบบการสำรวจที่มีแบบประเมินที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพว่า มีความเที่ยงตรงและความเชื่อถือได้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายจากประชากรคือบุคลากรธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เขตพุทธมณฑล ผู้วิจัยกำหนดขนาดของตัวอย่างตามการคำนวณของ Yamane ซึ่งกำหนดขนาดของตัวอย่างไม่น้อยกว่า 102 คน ณ ค่าความคลาดเคลื่อน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผู้วิจัยเก็บตัวอย่างเพิ่มขึ้นเพื่อประโยชน์ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล ตัวอย่างของการวิจัยนี้ จำนวน 129 คน สำหรับการวิเคราะห์เชิงพรรณนาคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เชิงอนุมานคือ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบมีขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า (1) ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงบวกหรือแปรผันตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 กับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การและประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r_{xy}) เท่ากับ .590 .708 และ .849 ตามลำดับ (2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์คือ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การและภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสามารถอธิบายความผันแปรหรือมีอำนาจพยากรณ์ หรือมีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลได้

ถึงร้อยละ 62.9 หรือมีค่า R^2 เท่ากับ .629 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 (3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลคือ ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง สามารถอธิบายความผันแปรหรือมีอำนาจพยากรณ์หรือมีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลได้ถึงร้อยละ 73.3 หรือมีค่า R^2 เท่ากับ .733 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

คำสำคัญ: ความคิดสร้างสรรค์, ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์, ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง, การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร, การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ABSTRACT

The purposes of this research were to (1) analyze the relationship of the individual creativity, transformational leadership, perceived organizational support for creativity, and creative self-efficacy, (2) transformational leadership and perceived organizational support for creativity influencing creative self-efficacy, and (3) transformational leadership, perceived organizational support for creativity, and creative self-efficacy influencing individual creativity. This research employed a Quantitative Research considered as the survey model which was examined its quality through the validity and reliability as the instrument for data collection. The sample group was selected by using the simple sampling technique. The population was Krung Thai Bank Public Company Limited officers. The researcher determined the size of sample group according to the Yamane's calculation determined the sample group for not less than 102 persons at the error value of 5%, and the reliability of 95%. The researcher extended the sample for 129 persons more to increase the benefits of research and data analysis. The descriptive analysis included Frequency, Percentage, Mean, and Standard Deviation. The analysis by Inferential Statistics included Pearson's correlation, and stepwise multiple regression analysis.

The research results revealed as follows: (1) The individual creativity had the relationship by statistical significance at .001 level, as transformational leadership, perceived organizational support for creativity, and creative self-efficacy had the correlation coefficient (r_{xy}) equal to .590, .708, and .849 respectively. (2) The factors influencing the creative self-efficacy were transformational leadership and perceived organizational support for creativity could describe the variance or had the predictive power or affected the creative self-efficacy for 62.9%, or had R^2 value equal to .629 by statistical significance at .001 level. (3) The factors influencing the individual creativity were the creative self-efficacy and transformational leadership could describe the variance or had the predictive power or had the influence towards the

individual creativity for 73.3 %, or R^2 equal to .733 by statistical significance at .01 level.

Keywords: Individual Creativity, Creative Self-Efficacy, Transformational Leadership, Perceived Organizational Support for Creativity, Human Resource Development

บทนำ

ความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญเพื่อความอยู่รอด ความสำเร็จ และการเติบโตขององค์กรในยุคโลกาภิวัตน์ (Amabile et al., 1996; Andriopoulos and Lowe, 2000; Cummings and Oldham, 1997; Tierney, Farmer and Graen, 1999; Kanter, 1983; Tushman and O'Reilly, 1997; Utterback, 1994) เพราะองค์การที่ประสบความสำเร็จสูงทั้งหลายต่างให้ความสำคัญต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรในการสร้างนวัตกรรมขององค์การ (McGregor, 2007) ทำให้มีการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ เช่น ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ (Amabile, 1983; Bandura, 1997; Ford, 1996; Tierney and Farmer, 2002; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2554ก; 2554ข; 2554ค) การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การ (Amabile, 1988; Mumford and Gustafson, 1988; Woodman et al., 1993; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2554ก; 2554ข; 2554ค) ภาวะผู้นำ (Shin & Zhou, 2003; Amabile et al., 2004; Neubert, Kacmar, Carlson, Chonko, & Roberts, 2008; Gong et al. 2009; Wang & Cheng, 2010; Wang, Tsai & Tsai, 2014) เซวาน์อารมณ์ (EQ) (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2554ข; 2554ค) และเซวาน์ทางจิต (SQ) (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2554ข; 2554ค)

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นสถาบันการเงินของรัฐในรูปแบบของรัฐวิสาหกิจ การดำเนินกิจการต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของรัฐและต้องแข่งขันกับภาคเอกชน การดำเนินกิจการให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ ภายใต้ภารกิจและสถานะการการแข่งขันอย่างรุนแรงกับคู่แข่งภาคเอกชน หากรัฐวิสาหกิจแห่งนี้ต้องการความสำเร็จ จึงจำเป็นต้องมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมให้แก่องค์กร (Trompenaars and Hampden-Turner, 2010) เพราะความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เป็นปัจจัยสำคัญต่อความอยู่รอดและความสำเร็จ (Andriopoulos and Lowe, 2000; Cummings and Oldham, 1997; Tierney, Farmer and Graen, 1999; Kanter, 1983; Tushman and O'Reilly, 1997; Utterback, 1994)

ผู้วิจัยจึงมีคำถามว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การและประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์กับความคิดสร้างสรรค์หรือไม่ อย่างไร รวมทั้งภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์หรือไม่ อย่างไร และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การและประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์หรือไม่ อย่างไร เพราะความรู้ดังกล่าวจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวางแผน การพัฒนา และการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรของธนาคาร

เพื่อความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายขององค์การอันจักนำไปสู่ความสำเร็จตามนโยบายของรัฐและการพัฒนาประเทศ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การและประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์
2. เพื่อวิเคราะห์ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์
3. เพื่อวิเคราะห์ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การและประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิด

1. ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล (Individual Creativity)

ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม มีผู้ใช้อย่างแพร่หลาย แม้ว่าทั้งสองคำมีการใช้สลับกันไปมาหรือใช้ในความหมายเดียวกันก็ตาม แต่มโนทัศน์ของความคิดสร้างสรรค์มีความโดดเด่นและชัดเจนแตกต่างจากแนวความคิดของนวัตกรรม (innovation) โดยที่ความคิดสร้างสรรค์เป็นกระบวนการระดับบุคคลหรือทีม ในขณะที่นวัตกรรมคือกระบวนการระดับองค์การเป็นความสำเร็จของการนำความคิดสร้างสรรค์ไปปฏิบัติ (Amabile, 1983; Stein, 1974; Woodman et al., 1993) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) มีผู้นิยามความหมายไว้แตกต่างกันหลากหลาย Guilford (1980) อธิบายว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นรูปแบบของความคิดของมนุษย์ที่หลากหลาย กล่าวคือ บุคคลสามารถคิดเรื่องใดเรื่องหนึ่งได้หลากหลายมุมมอง หลายประเด็น ขยายออกไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุดเป็นความคิดเชิงบวก เช่น การคิดค้นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ เป็นต้น ซึ่งความคิดเหล่านี้เป็นทักษะขั้นสูงและกระบวนการทำงานอย่างเป็นขั้นตอนของสมองประกอบด้วย การคิดริเริ่ม การคิดเร็ว (คิดอย่างคล่องแคล่ว) การคิดอย่างยืดหยุ่นและการคิดอย่างรอบคอบ ผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์สามารถค้นหาความคิดใหม่จากข้อมูลที่มีเดิมและเชื่อมโยงข้อมูลเหล่านั้น Amabile (1999) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ องค์ประกอบแรกคือ ความเชี่ยวชาญ (Expertise) เป็นความรู้ทั้งด้านเทคนิคและการปฏิบัติหรือกระบวนการ รวมทั้งความสามารถทางสติปัญญาหรือความฉลาดของบุคคล องค์ประกอบที่สองคือ ทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Thinking Skills) เป็นทักษะของบุคคลต่อการแก้ปัญหาต่างๆ อย่างยืดหยุ่นและมีจินตนาการ องค์ประกอบสุดท้ายคือ แรงจูงใจ (Motivation) ซึ่ง Amabile กล่าวว่า แรงจูงใจแต่ละแบบมีผลต่อความคิดสร้างสรรค์ไม่เท่ากัน กล่าวคือ แรงจูงใจจากภายในต่อความต้องการแก้ไขปัญหาที่มีผลต่อความคิดสร้างสรรค์มากกว่ารางวัลผลตอบแทนที่เป็นแรงจูงใจภายนอก เช่น การให้เงินเป็นรางวัล เป็นต้น องค์ประกอบด้านนี้ Amabile เรียกว่า แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากความปรารถนาอันแรงกล้าภายในใจของบุคคล หากพิจารณานิยามในมิติขององค์การ ความคิดสร้างสรรค์ เป็นกระบวนการของสิ่งแปลกใหม่หรือความคิดที่มีประโยชน์และเหมาะสม

เพื่อที่จะใช้ในการแก้ไขปัญหาและเพิ่มประสิทธิผล ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล (Individual Creativity) เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อความสำเร็จขององค์กร (Amabile et al., 1996; Andriopoulos and Lowe, 2000; Cummings and Oldham, 1997; Tierney, Farmer and Graen, 1999; Kanter, 1983; Tushman and O'Reilly, 1997; Utterback, 1994)

2. ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership)

นักวิชาการคนแรกที่เสนอแนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงคือ Burns (1978) เขาเสนอแนวคิดว่า ผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงมีคุณลักษณะที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญขึ้น ทั้งวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และวัฒนธรรมขององค์กร การสนับสนุนการริเริ่มสร้างสรรค์ ผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงจะใช้นโยบายร่วมวิสัยทัศน์และการสร้างความสัมพันธ์ต่อกัน การทำให้เกิดความหมายในเชิงคุณค่า การสร้างความเข้าใจ และความรู้สึกร่วมของผู้ตามตลอดกระบวนการเปลี่ยนแปลง ไม่ใช่แรงจูงใจทางวัตถุ Bass (1985) เสนอแนวคิดนี้บนพื้นฐานแนวคิดของ Burns ว่า ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงจะจูงใจผู้ตามด้วยวิธีการชักจูง โน้มน้าวจิตใจผู้ตามตระหนักในคุณค่าและความสำคัญของงานและผลประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าผลประโยชน์ของตน และเขายังเสนอว่า ไม่สามารถแยกภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงออกจากภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนได้ ผู้นำคนเดียวกันอาจมีภาวะผู้นำได้ทั้งสองแบบในเวลาและสถานการณ์ที่แตกต่างกันได้ เพราะภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนเป็นคุณลักษณะพื้นฐานสำคัญที่ทำให้เกิดภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลง ดังนั้นความเป็นผู้นำทั้งสองแบบจึงเชื่อมโยงกัน ไม่ได้แยกออกจากกันตามที่ Burns เคยเสนอไว้ ต่อมา Bass and Avolio (1994) ได้เสนอว่า ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) เป็นกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงานและผู้ตาม พัฒนาความสามารถและศักยภาพของผู้ร่วมงาน และผู้ตามไปสู่ระดับที่สูงขึ้น ทำให้เกิดการตระหนักรู้ในภารกิจ และวิสัยทัศน์ของทีม และองค์กร โดยภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลง มีองค์ประกอบ 4 ประการ หรือที่เรียกว่า 4I (Four I's) คือ ประการแรกคือ การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence: II) ผู้นำเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ผู้ตาม ผู้นำเป็นผู้นำที่ยกย่อง น่าไว้วางใจ เป็นผู้มีศีลธรรม และมีจริยธรรมสูง ประการที่สองคือ การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation: IM) ผู้นำเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจ สร้างเจตคติที่ดี การคิดเชิงบวก ประการที่สามคือ การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation: IS) ผู้นำกระตุ้นผู้ตามให้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ หาแนวทางใหม่ๆ เพื่อแก้ปัญหา และประการสุดท้ายคือ การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration: IC) ผู้นำดูแลเอาใจใส่และทำให้ผู้ตามรู้สึกมีคุณค่าและมีความสำคัญ ผู้นำจะเป็นโค้ช (Coach) และเป็นที่ปรึกษา (Advisor) ของผู้ตาม

พฤติกรรมของผู้นำ เป็นปัจจัยสำคัญของสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ (Amabile et al., 2004) และบทบาทของผู้นำมีความสำคัญต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร (Neubert et al, 2008; Shin & Zhou, 2003; Wang & Cheng, 2010) รวมทั้งภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลง มีความสัมพันธ์เชิงบวกหรือแปรผันตามความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและนวัตกรรมองค์กร (Gumusluoglu and Ilsev, 2009) ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงสามารถส่งเสริมเกื้อหนุนความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรให้สร้างสรรค์คุณภาพบริการที่ดีกว่า รวมถึงช่วยพัฒนาและรักษาศักยภาพเชิงการแข่งขันขององค์กร (Mohsin & Lockyer, 2010; Ogaard,

Marnburg, & Larsen, 2008) ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงและภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์กับความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงมีอำนาจพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์มากกว่าภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Herrmann & Felfe, 2013) และภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงส่งเสริมแรงจูงใจภายในของบุคคลต่อความคิดสร้างสรรค์ (Gumusluoglu & Ilsev, 2009; Shin & Zhou, 2003; Sosik et al., 1997) ผลงานวิจัยบางผลงานแสดงให้เห็นว่า ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลง มีความสัมพันธ์เชิงแปรผันตามและส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร (Shin & Zhou, 2003; Gong et al. 2009; Wang, Tsai & Tsai, 2014; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2558) โดยมีประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์เป็นตัวแปรคั่นกลาง (Gong et al., 2009; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2558) ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงสามารถเพิ่มประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ (Gong et al., 2009; Gumusluoglu & Ilsev, 2009; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2558)

3. การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การ (Perceived Organizational Support for Creativity)

การรับรู้การสนับสนุนขององค์การ มีการศึกษาจำนวนมากในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา โดยทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) และบรรทัดฐานของการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ เสนอว่า หากฝ่ายหนึ่งกระทำดีต่ออีกฝ่ายหนึ่ง ฝ่ายที่ได้รับรางวัลก็จะทำดีตอบตามทฤษฎีการรับรู้การสนับสนุนขององค์การจะเกี่ยวกับการรับรู้ความยุติธรรมในการปฏิบัติ การสนับสนุนของผู้บังคับบัญชา สภาพการทำงานที่ดี และการให้รางวัล การรับรู้การสนับสนุนขององค์การของบุคลากรส่งผลดีต่อองค์การคือ การขาดงานและลาออกจากงานลดลง ความผูกพันกับองค์การและผลการปฏิบัติงานสูงขึ้น นอกจากนี้นักทฤษฎีบางคนยังกล่าวไว้ว่า การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การ เป็นรูปแบบหนึ่งของการสนับสนุนขององค์การ นักวิชาการหลายท่านเสนอแนวความคิดเกี่ยวกับการสนับสนุนขององค์การที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและนวัตกรรม อาทิ Mumford and Gustafson (1998) ที่กล่าวว่า เงื่อนไขทางสิ่งแวดล้อมที่มีมากพอ รวมถึงการให้รางวัลที่มีคุณค่า การให้อิสระในการทำงานและการเผชิญความเสี่ยง จะช่วยสนับสนุนนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เช่นเดียวกับ Woodman et al. (1993) เสนอว่า สิ่งแวดล้อมในองค์การเป็นสิ่งที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ เมื่อผู้นำมีความเป็นประชาธิปไตยและเป็นผู้นำแบบมีส่วนร่วม โครงสร้างองค์การแบบยืดหยุ่น กลุ่มทีมงานประกอบด้วยบุคคลที่หลากหลาย และการฝึกอบรมที่เน้นการเสนอความคิดใหม่ๆ และทักษะการแก้ปัญหาสำหรับความคิดสร้างสรรค์ แนวความคิดเรื่องความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมของ Amabile (1988) เสนอปัจจัยที่สนับสนุนส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม คือ แรงจูงใจขององค์การเป็นการส่งเสริมระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้และการปฏิบัติงานที่มีความท้าทาย ประการที่สองคือ ทรัพยากรต่างๆ ขององค์การประกอบด้วยบุคคล อุปกรณ์ เครื่องมือ การฝึกอบรม และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ สุดท้ายคือ การปฏิบัติที่ช่วยสนับสนุนการบริหาร รวมถึงการให้อิสระในการทำงานและการประเมินผลที่เน้นสมรรถนะ สำหรับบริบทของไทยพบว่า การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีอิทธิพลหรืออำนาจพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล (เฉลิมชัย

กิตติศักดิ์นาวิน, 2554ก; 2554ค; 2554ง) และประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน และคณะ, 2560)

4. ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ (Creative Self-Efficacy)

Bandura (1997) ผู้เสนอทฤษฎีกระบวนการรับรู้ทางสังคม (Social Cognitive Theory) ต่อมา Tierney and Farmer (2002) ได้พัฒนาไปสู่แนวคิดประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ (Creative Self-Efficacy) กล่าวถึงระดับที่บุคคลเชื่อมั่นในความสามารถของตนในการจัดการให้ได้ผลลัพธ์ที่สร้างสรรค์ ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ เป็นคุณลักษณะสำคัญต่อความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน บุคลากรสามารถสร้างพฤติกรรมแห่งการสร้างสรรค์เมื่อเขารู้สึกว่า ตนเองมีความเชื่อมั่นระดับสูงในประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ (Gong et al., 2009; Tierney and Farmer, 2002; 2011) ความเชื่อมั่นประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ (Creative Self-Efficacy) เป็นสิ่งสำคัญในการทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรมความคิดสร้างสรรค์และเป็นส่วนสำคัญของกระบวนการคิดสร้างสรรค์ (Amabile, 1983; Bandura, 1997; Ford, 1996; Tierney and Farmer, 2002) โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ยากลำบากหรือท้าทาย (Tierney and Farmer, 2002) หรือก็คือการรับรู้ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ เป็นความเชื่อมั่นประสิทธิภาพภายในตนเองของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ และการสร้างนวัตกรรมใหม่ ความเชื่อมั่นประสิทธิภาพภายในตนเองถูกมองว่าแตกต่างจากมุมมองภายในตนเองด้านอื่นๆ เช่น ความภูมิใจในตนเอง (Self-Esteem) ความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-Confidence) ซึ่งประกอบด้วยความรู้ที่กว้างและมีความหลากหลายกว่า ในทางกลับกันความเชื่อมั่นประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ เป็นกระบวนการตัดสินใจที่นำไปสู่การแสดงพฤติกรรมที่สร้างสรรค์ กล่าวคือ บุคคลยังมีความเชื่อมั่นประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์มากเท่าใด บุคคลนั้นก็ยิ่งรับรู้โอกาสที่จะแสดงศักยภาพทางความคิดสร้างสรรค์ได้มากเท่านั้น ถึงแม้ว่าปัจจัยบางอย่างจะทำให้ความสัมพันธ์นี้ลดลงเนื่องจากความไม่เหมาะสมระหว่างบุคคลกับงาน (Cummings and Oldham, 1997; Farmer et al., 2003; O'Reilly et al., 1991) หรือสภาพแวดล้อมขององค์การที่ไม่สนับสนุนต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล (Amabile et al., 1996; Cummings et al., 1975; Oldham and Cummings, 1996; Woodman et al., 1993) งานวิจัยแสดงความสัมพันธ์เชิงบวกของปัจจัยนี้คือ บุคคลมีความเชื่อมั่นประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์สูงจะส่งผลเชิงบวกกับความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล (Tierney and Farmer, 2002; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2554ก; 2554ค; 2554ง)

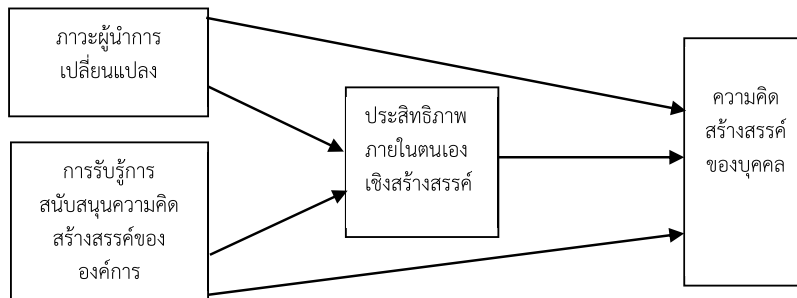
สมมติฐานการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1 และตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย 1: ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงแปรผันตามภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การและประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานการวิจัย 2: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานการวิจัย 3: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)



ภาพ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยนี้ คือบุคลากรธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เขตพุทธมณฑล จำนวน 137 คน ผู้วิจัยกำหนดขนาดของตัวอย่างตามการคำนวณของ Yamane (1967) ซึ่งกำหนดขนาดของตัวอย่างไม่น้อยกว่า 102 คน ณ ค่าความคลาดเคลื่อน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผู้วิจัยเก็บตัวอย่างเพิ่มขึ้นเพื่อประโยชน์ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล ตัวอย่างของการวิจัยนี้ จำนวน 129 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศมีเพศชาย จำนวน 37 คน (28.7%) และเพศหญิงจำนวน 92 คน (71.3%)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้คือ แบบประเมินที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพคือ ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) แล้ว ประกอบด้วย แบบประเมินความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล มีข้อคำถาม จำนวน 6 ข้อ ใช้มาตราวัด 5 ระดับ ของลิเคิร์ท (5 point Likert scale) ผู้วิจัยปรับปรุงจาก Di Lello & Houghton (2008) มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.888 (standardized alpha = .889) แบบประเมินการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ข้อคำถาม จำนวน 5 ข้อ ใช้มาตราวัด 5 ระดับ ของลิเคิร์ท (5-point Likert scale) ผู้วิจัยปรับปรุงจากแบบประเมินของศูนย์ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ (Center of Creative Leadership) (Amabile et al., 1999) มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.882 (standardized alpha = .884) แบบประเมินประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ ข้อคำถาม จำนวน 6 ข้อ ใช้มาตราวัด 5 ระดับของลิเคิร์ท (5-point Likert scale) ผู้วิจัยปรับปรุงจาก Tierney & Farmer (2002) และ Di Lello & Houghton (2008)

มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.871 (Standardized Alpha = .873) แบบประเมินภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลง ข้อคำถาม จำนวน 20 ข้อ ใช้มาตราวัด 5 ระดับ ของลิเคิร์ท (5-point Likert Scale) ของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.954 (Standardized Alpha = .962)

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประกอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพรรณนาคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เชิงอนุมานคือ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

การรายงานผลการวิจัยผู้วิจัยขออธิบายตัวอย่างของตัวแปรต่างๆ ดังนี้

TFL หมายถึง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

COS หมายถึง การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร

CSE หมายถึง ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์

IC หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น พบว่า ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลอยู่ในระดับสูง (Mean = 4.041, SD = .529) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับสูง (Mean = 3.55, SD = .81) การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรอยู่ในระดับสูง (Mean = 4.087, SD = .548) และ ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับสูง (Mean = 4.028, SD = .552)

การทดสอบสมมติฐานแรก ผู้วิจัยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ พบว่า ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงบวกหรือแปรผันตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 กับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและ ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r_{xy}) เท่ากับ .590 .708 และ .849 ตามลำดับ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ

ตัวแปร	M	SD	TFL	COS	CSE
TFL	4.164	.552			
COS	4.087	.548	.619***		
CSE	4.028	.552	.586***	.782***	
IC	4.041	.529	.590***	.708***	.849***

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพภายในตนเอง
เชิงสร้างสรรค์

ตัวแปร	B	SEE	Beta	t	R ² change
ค่าคงที่	.541			2.152*	
COS	.685	.345	.680	9.838***	.612
TFL	.165	.339	.166	2.396*	.017
MR = .793 R ² = .629 Adj. R ² = .623 F = 106.730***					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

การทดสอบสมมติฐานที่สอง ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและการรับรู้
การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การ ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์
ก่อนการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยตรวจสอบความ
เป็นอิสระต่อกันของค่าความคลาดเคลื่อนโดยใช้สถิติทดสอบ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 2.183
มีค่าระหว่าง 1.5 – 2.5 ถือว่าใช้ได้ กล่าวคือ ค่าความคลาดเคลื่อนมีอิสระต่อกัน (กลยา วานิชย์บัญชา,
2547) และตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระว่าเกิด Multicollinearity หรือไม่ โดย
พิจารณาค่า Tolerance และค่า VIF (Variance Inflation Factor) ของตัวแปร พบว่า มีค่า Tolerance
เท่ากับ .617 มีค่าไม่ใกล้ศูนย์และค่า VIF เท่ากับ 1.621 มีค่าไม่มาก แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวเป็น
อิสระต่อกัน (กลยา วานิชย์บัญชา, 2547) ผู้วิจัยจึงดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพ
ภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพภายในตนเอง
เชิงสร้างสรรค์คือ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การและภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง
(ตารางที่ 2) สามารถอธิบายความผันแปรหรือมีอำนาจพยากรณ์หรือมีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์
ของบุคคลได้ถึงร้อยละ 62.9 หรือมีค่า R² เท่ากับ .629 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 สามารถ
แสดงสมการการพยากรณ์ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ได้ดังนี้

$$Y = 0.541 + .685 X_1 + 0.165 X_2$$

โดยที่ Y หมายถึง ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ (CSE)

X₁ หมายถึง การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การ (COS)

X₂ หมายถึง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (TFL)

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล

ตัวแปร	B	SEE	Beta	t	R ² change
ค่าคงที่	.520			2.543*	
CSE	.735	.281	.766	13.496***	.720
TFL	.134	.275	.140	2.470*	.013
MR =.856 R ² =.733 Adj. R ² =.729 F =173.198***					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

การทดสอบสมมติฐานสุดท้าย ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลจากปัจจัยต่างๆ คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การและประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ ก่อนการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ ผู้วิจัยตรวจสอบความเป็นอิสระต่อกันของค่าความคลาดเคลื่อน โดยใช้สถิติทดสอบ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.971 มีค่าระหว่าง 1.5 – 2.5 ถือว่าใช้ได้ กล่าวคือ ค่าความคลาดเคลื่อนมีอิสระต่อกัน (กลยา วานิชย์บัญชา, 2547) และตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระว่าเกิด multicollinearity หรือไม่ โดยพิจารณาค่า tolerance และค่า VIF (Variance Inflation Factor) ของตัวแปร พบว่า มีค่า tolerance เท่ากับ .656 มีค่าไม่ใกล้ศูนย์และค่า VIF เท่ากับ 1.524 มีค่าไม่มาก แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นอิสระต่อกัน (กลยา วานิชย์บัญชา, 2547) ผู้วิจัยจึงดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลคือ ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (ตารางที่ 3) สามารถอธิบายความผันแปรหรือมีอำนาจพยากรณ์หรือมีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลได้ถึงร้อยละ 73.3 หรือมีค่า R² เท่ากับ .733 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 สามารถแสดงสมการการพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลได้ดังนี้

$$Y = 0.520 + 0.735 X_1 + 0.134 X_2$$

โดยที่ Y หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล (IC)

X₁ หมายถึง ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ (CSE)

X₂ หมายถึง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (TFL)

อภิปรายผล

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การและ

ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ พบว่า ปัจจัยต่างๆ มีความสัมพันธ์เชิงแปรผันตามกัน โดยผลการศึกษา^{นี้} แสดงข้อมูลยืนยันสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา ว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลกับประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ และการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร มีความสัมพันธ์แปรผันตามระหว่างกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา (Amabile,1988; Mumford and Gustafson, 1988; Woodman et al., 1993; Amabile, 1983; Bandura, 1997; Ford, 1996; Tierney and Farmer, 2002; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2554ก; 2554ค; 2554ง; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2555ก; 2555 ข; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2556; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน และ รัชนิภา สายอุบล , 2556) และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Wang, Tsai & Tsai, 2014; Wang & Cheng, 2010; Shin & Zhou, 2003; Gong et al. 2009; Neubert et al., 2008; Amabile et al., 2004) ผลการศึกษานี้เป็นข้อมูลสำคัญให้ผู้บริหารหรือผู้เกี่ยวข้องส่งเสริมตัวแปรต่างๆ นี้ เพราะมีความสัมพันธ์เชิงแปรผันตามกับความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรนำไปสู่ศักยภาพเชิงการแข่งขันขององค์กร (Mohsin & Lockyer, 2010; Ogaard, Marnburg, & Larsen, 2008) วัตถุประสงค์ถัดมาเพื่อตรวจสอบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์หรือไม่ ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่รายงานไว้ว่า ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ (Gong et al., 2009; Gumusluoglu & Isev, 2009; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2558) และการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2560) วัตถุประสงค์สุดท้ายเพื่อตรวจสอบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ ที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลหรือไม่ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลคือ ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับงานวิจัยต่างๆ ที่ระบุว่าประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ (Amabile,1988; Mumford and Gustafson, 1988; Woodman et al.,1993; Amabile, 1983; Bandura, 1997; Ford, 1996; Tierney and Farmer, 2002; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2554ก; 2554ค; 2554ง) และผลการศึกษาทั้งต่างประเทศและไทยที่ระบุว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ (Shin & Zhou, 2003; Gong et al., 2009; Wang, Tsai & Tsai, 2014; Gumusluoglu & Ilsev, 2009; Sosik et al., 1997; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน และคณะ, 2557; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2558) รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยหลายผลงานที่ศึกษาหน่วยงานภาครัฐทั้งหมดพบว่า การรับรู้การสนับสนุนขององค์กรไม่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2555ก; 2555ข; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2556; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน และรัชนิภา สายอุบล, 2556; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน และคณะ, 2560) แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยต่างๆ หลายชิ้นที่ศึกษาหน่วยงานอื่นๆ ที่มิใช่ภาครัฐ ระบุว่า การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์อันดับแรก และมีประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลเป็นอันดับที่สอง (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2554ก; 2554ค; 2554ง; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2555ก)

จึงเป็นประเด็นที่น่าขบคิดว่า เหตุใดจึงเป็นเช่นนี้หรือเป็นการสะท้อนความจริงให้เราทราบ ว่าหน่วยงานภาครัฐละเลยหรือไม่มีการส่งเสริมการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร หรือมีไม่เพียงพอ ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐทั้งส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน และหน่วยงาน ภาครัฐรูปแบบอื่นๆ จำเป็นที่ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องต้องให้ความสำคัญและสนใจในการส่งเสริม/สนับสนุนปัจจัยนี้ให้เพิ่มมากขึ้น เพราะงานวิจัยต่างๆ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยนี้ส่งผลต่อความคิด สร้างสรรค์ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การจัดเงื่อนไขทางสิ่งแวดล้อมที่มีมากพอ รวมถึงการให้รางวัล ที่มีคุณค่า การให้อิสระในการทำงานและการเผชิญความเสี่ยง (Mumford and Gustafson, 1998; Amabile, 1988) การพัฒนาผู้นำให้มีความเป็นประชาธิปไตยและเป็นผู้ที่แบบมีส่วนร่วม โครงสร้าง องค์กรแบบยืดหยุ่น กลุ่มทีมงานประกอบด้วยบุคคลที่หลากหลาย และการฝึกอบรมที่เน้นการเสนอ ความคิดใหม่ๆ และทักษะการแก้ปัญหาสำหรับความคิดสร้างสรรค์ (Woodman et al., 1993; Amabile, 1988) เป็นต้น รวมทั้งองค์กร ผู้บริหาร และผู้เกี่ยวข้อง พึงตระหนักและให้ความสำคัญใน การส่งเสริมและพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงให้เกิดแก่ผู้นำในทุกระดับขององค์กร รวมถึงการ พัฒนาประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์แก่บุคลากรขององค์กรเพราะแนวคิด ทฤษฎี และ ผลงานวิจัยทั้งไทยและต่างประเทศต่างยืนยันในทิศทางเดียวกันว่า มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อ ความคิดสร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะ

สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป การขยายการวิจัยให้ครอบคลุมทั้งองค์กรของ ธนาคาร เพื่อประโยชน์ของธนาคารในการบริหารและพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร อันจัก นำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรและยืนยันผลการวิจัย รวมทั้งการวิจัยความสัมพันธ์ความคิด สร้างสรรค์กับตัวแปรอื่นๆ เช่น บุคลิกภาพ บรรยากาศองค์กร การจัดการความรู้ องค์กรแห่งการ เรียนรู้ ฯลฯ อันจักเป็นประโยชน์ในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์แก่บุคลากรในองค์กร ซึ่งจะนำสู่ ศักยภาพในการแข่งขันขององค์กรและประเทศในที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2547). **หลักสถิติ**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน และ รัชนิภา สายอุบล. (2556). ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ และการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อความคิด สร้างสรรค์ของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. ใน **การประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาการจัดการวิจัย 2013 เครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ**, จังหวัดเชียงราย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, ศักดิ์พันธ์ ตันนิมลรัตน์, อภิชาติ กิตติศักดิ์นาวิน, ศรีวิภา กฤตติการ และ กฤษฎา พรหมราย. (2560). ความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศิลปากร **วารสาร PULINET Journal**, 2(4), 182-193.

- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, พรชัย สุขอยู่ และ กิตติพงษ์ สมบูรณ์. (2557). ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงและภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของผู้นำนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. ใน **การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ครั้งที่ 3**, จังหวัดภูเก็ต: มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2554ก). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์และความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล. ใน **การประชุมวิชาการระดับชาติผลงานวิจัยและงานสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนา**, จังหวัดชลบุรี: มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- _____. (2554ข). ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลเขาวนอารมณ์ (EQ) และเขาวนทางจิต (SQ). ใน **การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยหาดใหญ่**, จังหวัดสงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- _____. (2554ค). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลศึกษานักศึกษาปริญญาโท คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร. ใน **การประชุมวิชาการระดับชาติ The National SMART Conference I**, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- _____. (2554ง). ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัทผลิตลับหมึกพร้อมผงหมึกเพื่อการส่งออก แห่งหนึ่ง. ใน **การประชุมวิชาการระดับชาตินเรศวรวิจัย ครั้งที่ 7**, จังหวัดพิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- _____. (2555ก). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล. ใน **การประชุมวิชาการระดับนานาชาติ HR CONFERENCE ครั้งที่ 4**, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- _____. (2555ข). การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การและประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล. ใน **การประชุมวิชาการระดับชาตินเรศวรวิจัย ครั้งที่ 8**, จังหวัดพิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- _____. (2556). การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การและประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของข้าราชการโรงพยาบาลสงฆ์. ใน **การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติศิลปากรวิจัย ครั้งที่ 6**, จังหวัดนครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- _____. (2558). ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงและภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน). ใน **การประชุมวิชาการระดับชาตินเรศวรวิจัย ครั้งที่ 11**, จังหวัดพิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- Amabile, T. M. (1983). The social psychology of creativity: a componential conceptualization. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(2), 357-376.
- _____. (1988). A model of creativity and innovation in organizations. *Research in Organizational Behavior*, Vol.10, 123-167.

- _____. (1999). "How to kill creativity." In *Harvard Business Review on Breakthrough Thinkng*. Boston, MA: Harvard Business School Press, p.1-28.
- Amabile, T. M., Conti, R., Coon, H., Lanzenby, J. and Herron, M. (1996). Assessing the work environment for creativity. *The Academy of Management Journal*, **39**(5), 1154-1184.
- Amabile, T. M., Schatzel, E. A., Moneta, G. B., & Kramer, S. J. (2004). Leader behaviors and the work environment for creativity: perceived leader support. *Leadership Quarterly*, **15**(1), 5-32.
- Andriopoulos, C. and Lowe, A. (2000). Enhancing organizational creativity: The process of perpetual challenging. *Management Decision*, **38**(10), 734-742.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The Exercise of control*. New York: W.H. Freeman & Company.
- Bass, B. M. & Avolio, B. J. (1994). *Improving Organizational Effectiveness through Transformational Leadership*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Bass, B. M. (1985). *Leadership and performance beyond expectations*. New York : The Free Press.
- Burns, J. M. (1978). *Leadership*. New York. Harper & Row.
- Cumming, A. & Oldham, G. R. (1997). Enhancing creativity: managing work contexts for the high potential employee. *California Management Review*, **40**(1), 22-38.
- Cummings, L. L., Hinton, B. L. and Gobdel, B. C. (1975). Creative behavior as a function of task environment: impact of objectives, procedures, and controls. *Academy of Management Journal*, **18**(3), 489-499.
- Di Lello, T. C., and Houghton, J. D. (2008). Creative Potential and Practised Creativity: Identifying Untapped Creativity in Organizations. *Creativity and Innovation Management*, **17**(1), 37-46.
- Farmer, S. M., Tierney, P. and Kung-McIntyre, K. (2003). Employee creativity in Taiwan: an application of role identity theory. *The Academy of Management Journal*, **46**(5), 618-630.
- Ford, C. M. (1996). A theory of individual creative action in multiple social domains. *Academy of Management Review*, **21**(4), 1112-1142.
- Gong, Y., Huang, J. C., & Farh, J. L. (2009). Employee learning orientation, transformational leadership, and employee creativity: the mediating role of employee creative self-efficacy. *Academy of Management Journal*, **52**(4), 765-778.
- Guilford, J. P. (1980). Cognitive Styles: What are they?. *Journal of Educational and Psychological Measurement*, **40**(3), 715-735.

- Gumusluoglu, L., & Ilsev, A. (2009). Transformational leadership, creativity, and organizational innovation. **Journal of Business Research**, 62(4), 461-473.
- Herrmann, D. and Felfe, J. (2013). Moderators of the Relationship Between Leadership Style and Employee Creativity: The Role of Task Novelty and Personal Initiative. **Creativity Research Journal**, 25(2), 172-181.
- Kanter, R. M. (1983). **The Change Masters: Innovation and Entrepreneurship in the American Corporation**. New York: Simon & Schuster.
- McGregor, J. (2007). **The world's most innovative companies**. Retrieved November 20, 2017, from <https://www.bloomberg.com/news/articles/2007-05-04/the-worlds-most-innovative-companiesbusinessweek-business-news-stock-market-and-financial-advice>
- Mohsin, A., & Lockyer, T. (2010). Customer perceptions of service quality in luxury hotels in New Delhi, India: an exploratory study. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 22(23), 160-173.
- Mumford, M. D. and Gustafson, S. B. (1988). Creativity syndrome: integration, application, and innovation. **Psychology Bulletin**. 103(1), 27-43.
- Neubert, M. J., Kacmar, K. M., Carlson, D. S., Chonko, L. B., & Roberts, J. A. (2008). Regulatory focus as a mediator of the influence of initiating structure and servant leadership on employee behavior. **Journal of Applied Psychology**, 93(6), 1220-1233.
- O'Reilly, C. A., Chatman, J. and Caldwell, D. F. (1991). People and organizational culture: a profile comparison approach to assessing person-organization fit. **Academy of Management Journal**, 34(3), 487-561.
- Ogaard, T., Marnburg, E., & Larsen, S. (2008). Perceptions of organizational structure in the hospitality industry: consequences for commitment, job satisfaction and perceived performance. **Tourism Management**, 29(4), 661-671
- Oldham, G. R. and Cummings, A. (1996). Employee creativity: personal and contextual factors at work. **Academy of Management Journal**, 39(3), 607-634.
- Shin, S. J., & Zhou, J. (2003). Transformational leadership, conservation, and creativity: evidence from Korea. **Academy of Management Journal**, 46(6), 703-714.
- Sosik, J. J., Avolio, B. J., & Kahai, S. S. (1997). Effects of leadership style and anonymity on group potency and effectiveness in a group decision support system environment. **Journal of Applied Psychology**, 82(1), 89-103
- Stein, M. I. (1974). **Stimulating Creativity**. New York: Academic Press.

- Tierney, P. and Farmer, S.M.(2002). Creative self-efficacy: its potential antecedents and relationship to creative performance. **Academy of Management Journal**, 45(6), 1137-1148.
- _____. (2011). Creative self-efficacy development and creative performance over time. **Journal of Applied Psychology**, 96(2), 277-293.
- Tierney, P., Farmer, S. M., and Graen, G. B. (1999). An examination of leadership and employee creativity: The relevance of traits and relationships. **Personnel Psychology**, Vol.52, 591-620.
- Trompenaars, F., and Hampden-Turner, C. (2010). **Riding the waves of Innovation**. New York: McGraw-Hill.
- Tushman, M. and O'Reilly, C. A. (1997). **Winning through Innovation: A Practical Guide to Leading Organizational Change and Renewal**. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Utterback, J. M. (1994). **Mastering the Dynamics of Innovation**. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Wang, C., & Cheng, B. S. (2010). When does benevolent leadership lead to creativity? The moderating role of creative role identity and job autonomy. **Journal of Organizational Behavior**, 31(1), 106–121.
- Wang, C., Tsai, H. and Tsai, M. (2014). Linking transformational leadership and employee creativity in the hospitality industry: The influences of creative role identity, creative self-efficacy, and job complexity. **Tourism Management**, Vol.40, 79-89.
- Woodman, R. W., Sawyer, J. E., and Griffen, R. W. (1993). Toward a theory of organizational creativity. **Academy of Management Journal**, 18(2), 293-321.
- Yamane, T. (1967). **Elementary sampling theory**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.